

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención de Título de: Licenciado en Comunicación Social

TEMA: PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ARTE MUSICAL EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN. EVIDENCIAS DEL PAPEL QUE JUEGA LA SAYCE EN ESTE CIRCUITO, DURANTE LOS AÑOS 2008-2010.

AUTOR:

PÉREZ MARTÍNEZ ANTONIO EMILIO.

DIRECTOR:

LIC. DAVID JARA COBO.

QUITO, MAYO DEL 2012.

Quito, 18 de mayo 2012

Señores

Universidad Politécnica Salesiana

Presente.-

Yo Antonio Pérez M. autorizo por la presente, hacer el uso que a la Universidad Politécnica Salesiana tuviere a bien de la siguiente tesis de grado titulada “PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ARTE MUSICAL EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN, EVIDENCIAS DEL PAPEL QUE JUEGA SAYCE EN ESTE CIRCUITO, DURANTE LOS AÑOS 2008- 2010”; correspondiente a mi autoría

Por favorable atención a la presente anticipo mi agradecimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

Introducción-----	1	
CAPÍTULO I		
La comunicación de cara a la producción, distribución y comercialización de la música. Entre el modelo de la ciencia cultural y la ciencia crítica.		
El caso de SAYCE en Ecuador-----	4	
1.- Herramientas teóricas		
1.1 Algunas aproximaciones conceptuales de las teorías de la comunicación-----	4	
1.2 El capital social y habitus según Pierre Bourdieu-----	7	
2.- Derechos de Autor y Políticas Públicas de Propiedad Intelectual en el Ecuador: la producción de música nacional entre la escena “independiente” y la “formal”-----		10
2,1 El consumo de música nacional-----	19	
CAPÍTULO II		
Medios de comunicación y Actores Sociales-----	31	
1.- Radios comunitarias vs Radios Rumberas-----	31	
2.- La televisión nacional-----	38	
3.- Producción musical y estudios de grabación, del comercio a la autogestión----	42	
4.- Tipos de consumo musical: el caso del barrio de Solanda al Sur de Quito-----	45	
CAPÍTULO III		
Análisis descriptivo- comparativo- explicativo de las vivencias y percepciones de los artistas nacionales respecto a la producción musical nacional		
Casos: Máximo Escaleras, Jaime Guevara y Miguel Regal		
Rocola, Rock-protesta y Pop-----	53	
CONCLUSIONES-----	67	
BIBLIOGRAFÍA-----	69	

INTRODUCCIÓN:

La presente investigación quiere plasmar algunos elementos de la manera en que se lleva a cabo la producción, la distribución y el consumo de la música nacional; en ese sentido, se quiere ver cuál es la influencia y la lógica que ejerce la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE) durante los tres momentos mencionados.

Desde la concepción de la cultura musical representativa de lo nacional, se posicionan los directivos de la SAYCE para decidir géneros y personas a quienes auspiciar para su promoción en los medios de comunicación del país. Esta postura ha llevado de manera inevitable a incluir géneros y grupos al mismo tiempo que excluir a otros, también representantes de lo nacional.

Los indicadores del problema ubicado son: el registro de los recursos económicos, tecnológicos y humanos con que cuenta la SAYCE ¿A servicio de qué y de quiénes están esos recursos? En lo referente a producción musical: demos CDs, videos musicales, espectáculos musicales, entre otros. ¿Qué privilegian y con qué criterios?, ¿qué excluyen y con qué argumentos?

En gran medida, esta investigación quiere mirar cómo funciona el mercado musical, entre lo formal-comercial y las estrategias que algunas veces están fuera del mercado establecido. Así mismo, analizar los marcos institucionales y las prácticas culturales que inciden tanto en la producción, como en la difusión y el consumo de música y géneros musicales en nuestro país.

En ese sentido, el objetivo central de este estudio es determinar las consideraciones para producir, circular y comercializar el arte musical, que se mercantiliza dentro de los medios masivos de comunicación, que pertenecen a una clase dominante que reproducirá aquello que le es funcional al sistema del que se beneficia, y con ello evidenciar el papel que juega la SAYCE en este circuito

Bajo este paraguas, de manera más específica, se quiere determinar las consideraciones para seleccionar los géneros y grupos musicales que establece la SAYCE; para su promoción y difusión; y avizorar los patrones socio-culturales con los que se incluyen o excluyen a los géneros musicales desde la SAYCE.

Se trabajará como sustento teórico algunas de las corrientes de la comunicación, particularmente la teoría crítica, la cual nos brinda conceptos de análisis desde la economía política de la comunicación. Así mismo se recurrirá a herramientas de la

teoría culturalista de comunicación, para comprender los sistemas de significación que mueven la producción, distribución y consumos musicales. Vinculado a ello se hará referencia al pensamiento de Pierre Bourdieu, sus ideas sobre capital social, y dentro de ello sobre habitus y campos sociales.

Esta mirada conceptual nos permite entender cómo las estructuras sociales actúan sobre las prácticas humanas, en este caso musicales; pero además cómo la especificidad de cada grupo o persona incide también en sus habitus así como en las mismas estructuras sociales. Precisamente, lo interesante de este autor, consiste en que nos permite leer claramente la realidad social de una forma dialéctica entre lo particular y lo estructural.

La metodología escogida utiliza corrientes tanto cualitativas como cuantitativas, con el fin de sustentar de mejor manera la información expuesta. En primer lugar se realizó una investigación bibliográfica, así como la recolección de información en fuentes secundarias. Posteriormente se realizó un trabajo de campo que consistió en una serie de entrevistas semi-estructuradas a actores claves: funcionarios de SAYCE, personas vinculadas a medios de comunicación, artistas, entre otros.

Una vez desarrollada la parte cualitativa, se procedió a aplicar una encuesta de sondeo y opinión en el barrio de Solanda al Sur de la ciudad de Quito; así mismo se llevaron a cabo tres estudios de caso, en base a entrevistas a profundidad con tres artistas nacionales exponentes de un género musical en particular.

La información recolectada se presenta a lo largo de esta tesis de la siguiente manera: el Primer Capítulo presenta algunos elementos teóricos para analizar el caso describir, desde la teoría crítica con autores como Marcuse y Mattelard, teorías culturalistas de la comunicación como las de García Canclini y Prieto Castillo, para decantar en los conceptos de *capital social* y *Habitus* de Bourdieu, con el fin de interpretar las motivaciones, así como las estructuras que yacen en la lógica de producción, distribución y consumo musical en el Ecuador. Además este capítulo muestra una información contextual de lo que ocurre con la producción musical y la SAYCE en el país, particularmente en la escena musical quiteña.

El Segundo Capítulo alude específicamente a las distintas formas de distribución y consumo de la producción musical, además de los medios de comunicación que facilitan estos procesos. Se muestra también los resultados de la encuesta aplicada en Solanda. Finalmente, un Tercer Capítulo muestra los tres estudios de caso de artistas

ecuatorianos, que representan distintos géneros y movimientos musicales del país, tal es el caso de Máximo Escaleras cantante de tecno-cumbia y música chicha; Jaime Guevara, cantautor de la escena alternativa; y Miguel Regal, cantante de música pop de gran cogida entre el público adolescente del país.

Capítulo I

La comunicación de cara a la producción, distribución y comercialización de la música. Entre el modelo de la ciencia cultural y la ciencia crítica.

El caso de SAYCE en Ecuador

Este capítulo busca brindar elementos conceptuales y contextuales que permitan leer el caso estudiado. En ese sentido se divide en dos grandes bloques, en primer lugar se presentan ciertas herramientas teóricas, empezando por algunas aproximaciones conceptuales de las teorías de comunicación donde nos centraremos en las teorías críticas, particularmente de la escuela de Frankfurt y en las teorías culturalistas de la comunicación.

Este capítulo ofrece un apartado dedicado a entender el *habitus* de Bourdieu, y algunos conceptos conexos como son: *campo* y *capital social*. Este análisis corto, tiene la finalidad de conectar las dos teorías de la comunicación descritas anteriormente, y poder construir un puente entre las grandes estructuras sociales que determinan la industria cultural, frente a las posibilidades y las formas en que los actores significan e incluso transforman esas estructuras en sus prácticas cotidianas.

Por su parte, en la segunda parte de este capítulo se desglosa cierta información contextual respecto de cómo funcionan los Derechos de Autor y Políticas Públicas de Propiedad Intelectual en el Ecuador, y dentro de ello como opera la producción de música nacional entre lo comercial y las producciones independientes. Se ubica en este apartado el papel de SAYCE y algunas especificidades de cómo se realiza la producción y la distribución de la música nacional.

1. Herramientas teóricas

1.1. Algunas aproximaciones conceptuales de las teorías de la comunicación

En términos muy generales desde el esquema tradicional, se entiende a la comunicación como un acto en el que participan el emisor, un mensaje, el receptor y el elemento de retroalimentación. Sin embargo, señala Daniel Prieto Castillo, este esquema debe articularse, y no ocultar, el contexto en que emisor y receptor se mueven.

El desarrollo de las teorías de la comunicación se articula al nacimiento de la

modernidad, es importante señalar que la modernidad es un proyecto histórico de racionalidad que nace junto al conocimiento científico, a la aparición del Estado Nación y del capitalismo. Así, la modernidad contiene, en términos muy generales, tres elementos: la ciencia en el lugar de la fe, el Estado Nacional en el lugar del absolutismo político y el capitalismo emergente como forma hegemónica de la producción económica.

En este contexto, la comunicación se presenta como una herramienta de suma importancia para la integración de los habitantes que constituyen la nueva urbanidad, es decir, la comunicación nace vinculada a las sociedades de masas que aparecieron con el capitalismo y los estados modernos.

“Por otro lado, en el transcurso de su elaboración, este campo concreto de las ciencias sociales se ha visto acosado por la cuestión de su legitimidad científica”¹ y en esa medida al igual que todas las ciencias sociales, la comunicación ha debido transitar por distintos modelos, adaptándose a los principios de las ciencias naturales desde la corriente positivista, para ir transmutando a otros modelos diversos y complejos a lo largo de su historia.

La comunicación ha sido entendida y analizada desde distintas e incluso contrapuestas perspectivas, desde el funcionalismo de Shanon y Weaver, hasta las teorías de la escuela de Palo Alto con exponentes como Bateson y Jakobson, entre muchas otras. En este caso de estudio se aludirá a elementos de dos modelos teóricos de la comunicación: la ciencia crítica y la ciencia de la cultura.

La ciencia crítica se basa en gran medida en los aportes marxistas del materialismo histórico y dialéctico, así también brinda una visión desde la economía política basada en análisis históricos y críticos del orden social. Desde la comunicación esta corriente presta gran atención a la industria cultural, donde la información aparece como mercancía que cumple dos objetivos principales: ganancia económica y control ideológico. Algunos de sus exponentes más importantes son el clásico Karl Marx a la cabeza, Herbert Marcuse y Theodor Adorno de la escuela de Frankfurt, entre otros.

“En su estudio sobre los programas musicales en la radio, Adorno criticaba el rango de la música, relegada a la condición de aderezo de la vida cotidiana, y denunciaba lo que llamaba “felicidad fraudulenta” del arte afirmativo, es decir,

¹ MATTELART, Armand y MATTELART, Michele. Historia de las Teorías de la Comunicación. Editorial Paidós, Barcelona, 1997, Pág. 9

un arte integrado en el sistema (...) A mediados de los años 40 Adorno y Horkheimer crean el concepto de “industria cultural”. Analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. Los productos culturales, las películas, los programas radiofónicos, las revistas manifiestan la misma técnica, el mismo esquema de organización y planificación por parte del management que la fabricación de coches en serie o los proyectos de urbanismo (...) A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural: serialización-estandarización-división del trabajo. Esta situación no es un resultado de una ley de la evolución de la tecnología en cuanto tal, sino de su función en la economía actual.”²

Los trabajos hechos desde la escuela Frankfort muestran precisamente como la cultura, su expresión auténtica, liberadora y crítica, se pierde al momento en que es transformada en mercancía con el fin primordial de generar ganancia económica a la vez que se mantiene el “*status quo*” y el control social.

En gran medida el proceso de mercantilización del arte e industrialización de la cultura, responden a la racionalidad técnica y a la razón instrumental propias del capitalismo tardío, que según Marcuse ha reducido la capacidad crítica y ha hecho del pensamiento una dimensión única, la vida del ser humano es también unidimensional sobre todo por el tipo de comunicación vigente y la ponderación del márketing que crean un modelo comercial de fabricación de la opinión.

“El ciudadano tiende a convertirse en un consumidor con un comportamiento emocional y aclamador, y la comunicación pública se disuelve en “actitudes, siempre estereotipadas, de recepción aislada”³

Por su parte, las teorías culturalistas en la comunicación, juntan algunas ramas de las ciencias sociales como la Psicología Social, la Antropología, la Sociología y algunas de sus corrientes teóricas metodológicas como la Fenomenología. Esta línea de la Comunicación, al igual que en el caso de la ciencia crítica utiliza un análisis histórico, pero usa como herramientas la observación participante, la hermenéutica y la etnografía, mismas que serán de gran utilidad para este estudio.

La ciencia cultural así mismo, se centra en la explicación de leyes y significados propios

² IBID. Pág. 53-55

³ Ibid. Pág. 57

de la cultura con sus instituciones sociales y las formas que estas adquieren dentro del contexto cultural. Se asiste pues a la existencia de un sistema de significación a través del cual necesariamente se transmite un orden social, que es comunicado, reproducido y experimentado por el grupo social en cuestión. En este sentido, la comunicación aparece como el proceso simbólico a través de la cual la realidad es producida, transformada, mantenida y reparada. Los exponentes más relevantes de esta corriente son Nestor García Canclini, Martín Barbero, entre otros.

Los estudios culturales no entienden la cultura como algo estático y dado, al contrario, la cultura está en permanente construcción y disputa, y por lo tanto se mantiene en movimiento. Si bien, es clara la existencia de determinados procesos de socialización, mismos que se deben en gran medida a la influencia de los medios masivos de comunicación según los culturalistas, también se generan movimientos contra-hegemónicos, pequeñas resistencias simbólicas y cotidianas en las sociedades.

Esta relación dinámica y dialéctica entre las grandes estructuras -explicadas por los críticos- y la agencia de los sujetos para transformar y recodificar su entorno cultural -analizada por los culturalistas- se puede ver de manera clara en el trabajo de Bourdieu, ha describir a continuación.

1.2.El capital social y habitus según Pierre Bourdieu

Las lógicas de la producción y del consumo cultural, específicamente del musical, pueden leerse desde el concepto de habitus de Bourdieu para quien “los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente "reguladas" y "regulares”⁴

El habitus constituye uno de los conceptos fuerza de la teoría social de Bourdieu, se forma de las prácticas diarias que las personas perpetúan en su cotidianidad, el habitus crea lo que se llama un “individuo colectivo” o “colectividad individuada”. El autor justamente busca establecer un puente entre la vida subjetiva y cotidiana de las personas

⁴ BOURDIEU, Pierre. “El Sentido Práctico”, editorial siglo veintiuno, Buenos Aires, 2007. Pág. 86

en sociedad con las grandes estructuras sociales como son los consumos culturales por ejemplo. El habitus es la interiorización de la exterioridad constituidas por las distintas instituciones como la familia, la cultura, la religión, etc.; mientras que, las instituciones son la materialización de las exteriorizaciones de los habitus en constante repetición. En este proceso se da gran peso a la fuerza de la historia sobre los cuerpos y sobre las estructuras, además permite pensar los fenómenos sociales de forma dialéctica, en este caso la construcción de expresiones musicales y la difusión de la misma.

Bourdieu indica además que el habitus es la subjetividad socializada y a su vez la espontaneidad condicionada o limitada, que permite brindar una respuesta por parte de los sujetos frente a algún ámbito de la sociedad. **Así, el “habitus es generador de las prácticas sociales”⁵, estas prácticas crean una “cultura en movimiento”⁶ que responde a una estructura determinada, la cultura musical ecuatoriana no es la excepción, tanto en la producción como en los consumos culturales.**

Como se ha dicho ya, el habitus constituye un conjunto de estructuras tanto estructuradas como estructurantes. “Lo estructurado implica un proceso mediante el cual los individuos son capaces de interiorizar lo social y lo estructurante funciona como un principio generador y a la vez estructurador de las prácticas culturales”⁷. Permitiendo superar el problema de individualidad del sujeto y pasando a constituirse a la incorporación social. En este sentido el sujeto tiene la libertad de incorporarse acorde a sus intereses, gustos o afinidades, sin dejar de lado las estructuras sociales, los patrones culturales, las condiciones históricas, las imposiciones del mercado, etc. Es decir, hay un juego dialéctico entre la voluntad y la imaginación y entre los paradigmas culturales pre-establecidos.

El habitus de los actores sociales, en este caso artistas, productores y consumidores de música, se desenvuelven en un espacio específico que el autor denomina “**campo**”, dicho campo puede entenderse en analogía a un juego, el campo es precisamente el espacio, la cancha determinada, limitada, rayada, en que el juego se lleva a cabo; es una de las esferas del amplio mundo social, que funciona por una serie de posiciones complejas y sobrepuestas como son la económica, la social, la cultural, etc. Así, se constituye como un espacio de juego relativamente autónomo, con objetivos, con

⁵ IBID

⁶ Ibid

⁷ Ibid

jugadores en distintas posiciones y con distintas cartas y estrategias (capitales), pero con convicción de que el juego vale la pena, es decir legitimándolo.

El campo está definido por la existencia de un capital común a un grupo y por la lucha de los individuos en su interior por la apropiación de dicho campo, estos individuos no solo intercambian esos recursos o capital, sino tienen un tipo de relación objetiva que da forma al campo, relación que va más allá de la conciencia o la voluntad individual, es decir, responde a ciertas condiciones históricas-estructurales. El campo es la red o la configuración de situaciones objetivas entre posiciones individuales e institucionales, actuales y potenciales definidas por los distintos capitales (económico, social, cultural) cuya posición implica el acceso o no a ganancias específicas. El campo es un espacio multidimensional de posiciones que se definen de acuerdo a la composición y volumen de capital.

El *capital* es algo que se acumula a lo largo de la historia ya sea en forma material (dinero, bienes raíces, propiedades, etc.), o abstracta (conocimiento, habilidades y creencias); hay dos fuerzas dentro del capital: la de quienes poseen dicho capital y de quienes desean poseerlo, ello provoca el constante movimiento de los sujetos sociales dentro del campo determinado. Así el capital son los recursos, las fichas del juego a usarse por parte del jugador, constituye una red de relaciones en constante movimiento que potencialmente pueden mutar dentro de aquel campo que es una especie de mercado de bienes simbólicos y físicos. Existen diferentes tipos de capital, de acuerdo al campo, al tipo de redes y al tipo de beneficios, así el autor desarrolla cuatro tipos de capital: el económico, el cultural, el social y el simbólico.

Así por ejemplo, en el campo de la música, los distintos grupos sociales dados por los géneros musicales ponen en juego diferenciadas formas de capital social. Los productores de música pop; en su mayoría, tienen contactos internacionales, una mejor posición socioeconómica, pertenecen a redes de autores y compositores con poder en el mundo, así como una identificación étnico-cultural socialmente aceptada, muy ligada al estereotipo y la moda occidental; mientras que el grupo de jugadores del campo musical de la tecnocumbia también detenta poder económico en muchos casos, así como acceso a ciertos mercados internacionales, pero sus redes provienen y se mantienen en lo popular, y por tanto son étnicamente poco reconocido por el racismo y el clasismo estructural de nuestra sociedad.

Así, el capital social es la suma de recursos actuales y potenciales correspondientes a un individuo o grupo en virtud de que estos poseen una red duradera de relaciones con conocimientos y reconocimientos mutuos pero no todos institucionalizados. Se trata de la suma de los capitales y poderes que semejante red permite movilizar, es importante mencionar que los vínculos que se reproducen no se reducen a la proximidad física, lo cual es clave para entender fenómenos como la migración, objeto de este estudio.

Además es importante mencionar que el capital social nunca es totalmente independiente, siempre se relaciona y se alimenta dialécticamente con los distintos tipos de capital, así mismo, la red es un producto en constante construcción, no es algo dado de antemano. El capital social más que un concepto en sí, es una herramienta de la que disponen los individuos o grupos sociales para implementar sus estrategias en determinado campo social.

2. Derechos de Autor y Políticas Públicas de Propiedad Intelectual en el Ecuador: la producción de música nacional entre la escena “independiente” y la “formal”.

La producción y el consumo de música son parte de la vida cotidiana de las personas, existen varios géneros para todos los gustos musicales que van desde el pasillo, la música chicha, la tecno cumbia, el rock, hip hope, etc., todos ellos son exponentes influyentes de lo nacional en algunos casos. De la misma manera existe variedad de espectáculos musicales, donde los artistas y sus géneros buscan posicionarse y ganar público. Estos promocionan sus obras musicales (demos, EPS, CDS) en la mayoría de casos usando los medios de comunicación radiales y en algunos casos en medios televisivos locales.

Uno de los objetivos caracterizados por la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE) es “Lograr una eficiente y eficaz Gestión Colectiva de los derechos de Autor en el Ecuador, aplicando políticas idóneas para entregar un servicio de alta calidad a los socios, usuarios y público en general”⁸.

De este modo la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos es una entidad privada encargada de manejar las leyes de copyright para proteger la música y reconocer las “obras intelectuales” de los compositores nacionales e internacionales que

⁸Consulta realizada en junio 2011 en la web de SAYCE sobre los Objetivos Institucionales.
<http://www.sayce.com.ec/sayce.php?pagina=objetivos>

residen en el país. Estas leyes son internacionales, por lo tanto son conocidas como Leyes Federales y son aplicables en todo el mundo ya que fueron diseñadas para asegurar, reconocer y recompensar al artista por su obra y evitar el plagio.

El derecho de autor se define como un “derecho exclusivo y absoluto que tiene el mismo, en la explotación económica de sus obras, las mismas están basadas en el innegable interés que también tiene la sociedad, de acceder al conocimiento de la cultura y de la información.”⁹

Los primeros derechos de autor, corresponden a los Derechos Patrimoniales, “...tales derechos se denominan Patrimoniales, como está admitido en forma generalizada tanto en la doctrina como en la jurisprudencia, y en especial, en el Derecho Comparado. En consecuencia el Derecho Patrimonial del Autor, es el que otorga al titular de un trabajo creativo, el derecho exclusivo de obtener de él un provecho económico, un estímulo pecuniario, mediante la explotación de ese trabajo intelectual, representado en la obra.”¹⁰

A ello debe sumarse los Derechos Conexos, que de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual vigente en el Ecuador son: “Art. 89 Los artistas intérpretes y ejecutantes que participen colectivamente en una misma ejecución deberán designar un representante para el ejercicio de los derechos reconocidos por el presente párrafo. A falta de designación serán representados por el director del grupo vocal o instrumental que haya participado en la ejecución.”¹¹ El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.”¹²

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas, cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular.

Los derechos de autor y derechos conexos, permiten entender que toda obra intelectual es propiedad del autor por el simple hecho de haberla creado, por lo tanto el autor es libre de ejecutar de manera formal o informal su obra. De este modo el artista puede o

⁹ ORTIZ, Fremiort, “Derechos de autor y derechos conexos”, primera edición, Montevideo, 1998, pág. 137

¹⁰ ORTIZ, Pierpaoli, Fremiort, “Derecho de autor y derechos conexos”, primera edición, Montevideo, 1998, pág. 113.

¹¹ GRUPO EL HOY, “Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamentos conexos”, ediGAB, Quito, 2004, pág. 45

¹² IBID

no legalizar las obras en las Sociedades de Autores y Compositores nacionales o extranjeras; o simplemente publicarla de forma conexa.

En el Ecuador, las Políticas Públicas respecto a la creación de una obra artística son manejadas por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), la Ley de Propiedad Intelectual señala en sus artículos 4 y 5 e que: “Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras”¹³, además “El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

En ese sentido, SAYCE debe rendir cuenta al IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), institución estatal que funciona en base a la Codificación a la Ley de Propiedad Intelectual No. 2006-013, cuyas últimas modificaciones fueron realizadas en el año 2009. Además de quienes se inscriben a SAYCE, es importante reconocer la diversidad creativa existente en nuestro país, ya que existen muchos artistas quienes producen sus obras de manera casera y/o bajo sellos independientes. Estos sellos independientes son parte de colectivos culturales quienes han brindado a los músicos la oportunidad de lanzar sus producciones discográficas desde una perspectiva más democrática y menos funcional a la producción musical que el mercado dicta y legitima en muchos casos.

Muchos artistas independientes trabajan con otros tipos de licencias distintas a las de copyright, estas son creativecommons y copyleft. Dichas licencias permiten ver de manera más dinámica la creatividad del autor ya que es él mismo quien produce su música sin necesidad de productores externos; además su producción libera ciertos derechos y mecanismos de consumo, a diferencia de copyright que son derechos reservados y cuida la “originalidad” de la producción, restringiendo su circulación y el consumo.

Creativecommons es una organización no gubernamental que libera ciertos derechos de autor y ofrece licencias gratuitas a diferencia del costoso copyright, Así mismo, copyleft ofrece posibilidad de liberar la copia y versiones de una obra, es usada por artistas independientes como el cantautor Jaime Guevara en Ecuador. La diferencia principal entre los tipos de licencias radica en que la una (copyright) protege la propiedad individual, mientras que las otras (copyleft y creativecommons) buscan democratizar la

¹³IBID, pág. 17

producción y el consumo artístico, pues se parte de que toda creación artística es el resultado de interrelaciones históricas que forman un conjunto de ideas recopiladas por el autor y sus colaboradores.

“(…) la base filosófica del sistema de copyright actual se apoya en un malentendido: la originalidad de los artistas es inagotable, concepto que se aplica a creadores e intérpretes. Pero la realidad indica otra cosa, porque los artistas siempre tienen en cuenta las obras creadas en el pasado y en el presente, y agregan elementos al corpus existente. Esos agregados merecen respeto y admiración, pero sería inadecuado otorgar a sus creadores, intérpretes y productores derechos de exclusividad monopólicos sobre algo que se inspira en el conocimiento y la creatividad que forman parte del dominio público y son producto de la labor de otros artistas” (Barthes, 1968; Boyle, 1996:42, 53-59)¹⁴

La función principal del copyright es la defensa de los derechos morales y los patrimoniales, que consisten en garantizar la exclusividad de la obra 70 años después de la muerte del autor, lo que mantiene, lo que extiende aún más la monopolización de las construcciones artísticas, privilegiando a los herederos de los autores en detrimento de otros artistas.

El creador de una obra puede prohibir o autorizar su reproducción bajo distintas formas, tales como la publicación impresa y la grabación sonora, su interpretación o ejecución pública, su transmisión por radio, cable o vía satélite.

Muchas obras creativas protegidas por el derecho de autor requieren una gran distribución, comunicación e inversión financiera para ser divulgadas de manera masiva. Por consiguiente los creadores son los que tienen los derechos sobre sus obras para comercializarlas a su gusto o dar uso gratis por medio del ordenador mediante un tiempo determinado.

Coyunturalmente, es importante señalar que en estos dos últimos años se ha intentado implementar la ley de comunicación para apoyar al arte musical ecuatoriano mediante la Ley 1x1, pero la mayoría de medios de comunicación sobre todo los medios privados se oponen a esta propuesta, ya que muchos de estos medios prefieren apostar por apoyar a los artistas internacionales, de acuerdo a los análisis, esta ley beneficiaría a una minoría, ya que son pocos los artistas que pueden grabar con compañías extranjeras, vincularse en el mercado musical y difundir su música dentro de los medios de comunicación tanto

¹⁴ SMIERS, Joost. Un Mundo sin copyright: Artes y medios en la globalización. Barcelona: Editorial Gedisa. 2006.

radiales como televisivos. Y lo que pretende esta ley es dar reconocimiento a los artistas quienes no han podido vincularse dentro de los medios de comunicación.

Los distintos estilos de música han sido uno de los factores más importantes de identificación de las culturas urbanas actuales, la música es capaz de fomentar estilos de vida y habitus entre quienes se adhieren a ella, pues tiene un poder altamente coercitivo y dotador de identidad colectiva tal es el caso del mismo Quito, donde se han conformado en la última década fuertes movimientos alrededor del género musical, la gestión cultural y simbólica del mismo, tal es el caso de Al sur del Cielo, Kitu Raymi, Quitofest, a cargo de una serie de festivales, pequeñas organizaciones, y un número creciente de agrupaciones musicales en toda la ciudad.

Al Sur del Cielo es precisamente uno de los movimientos más antiguos, se conforma a principios de los años 90, su actividad gira en torno a lograr escena para bandas de rock al sur de la capital, particularmente con la gestión de un concierto celebrado cada 31 de diciembre en la concha acústica de la Villaflora, actualmente se denominan “Los defensores del Rock”. Así mismo Diablo Uma, es una organización juvenil que nace de la coordinación del concierto Quito Raymi con escena para la música rock (y varios derivados) durante la fiestas de Quito cada diciembre, es una muestra significativa de cómo a partir de la convergencia provocada por el rock, se configuran sujetos organizados en la búsqueda por situarse socialmente y construir identidad.

Pablo Rodríguez representante del movimiento Al Sur del Cielo el día 10 de junio 2011 manifestó que el primer concierto con bandas de Quito se realizó en el año de 1987, con bandas que no tenían la posibilidad de presentarse en grandes escenarios, indica además que el concierto de la Concha Acústica desde su inicio se pensó como un evento gratuito, ya que considera que el rock es una manifestación cultural que se opone al consumo. En este sentido con el pasar de los años la Concha Acústica del sector de la Villaflora al sur de Quito se ha transformado en un espacio cultural donde mucha gente se reúne cada fin de año para apoyar a la escena nacional.

Del mismo modo, Pablo Rodríguez indica que el concierto de la Semana del Rock lleva alrededor de 10 años y fue otra iniciativa para apoyar la producción musical de bandas independientes. Por lo tanto señala que la Semana del Rock se caracteriza por foros, ferias y conciertos en distintos lugares de la ciudad con el afán de que las bandas promocionen su material discográfico.

En contraposición a estas manifestaciones independientes, la producción de música nacional muestra serias limitantes en la posibilidad de que todos puedan registrar sus obras musicales, grabar en estudios profesionales, promocionarse en los medios de comunicación y encontrar espacios en el mercado musical. Es decir, hablamos de una institucionalidad que no alcanza a todos los artistas ni a todos los géneros musicales por igual.

Ello incide en la existencia de otros escenarios para la expresión musical, tal es el caso de Quitofest que “es el Festival Internacional de Música Independiente, que se lleva a cabo en Quito Ecuador. Es totalmente gratuito y se constituye como el mayor evento masivo independiente destinado a la juventud ecuatoriana.”¹⁵. Inició en el año 2003 con una visión más amplia en cuanto a los géneros musicales existentes en el país, de la misma manera incorporó varios géneros musicales como el rock alternativo, el ska, el punk, el hip hope, el reggae, etc.

En sus inicios este festival se organizó únicamente con bandas nacionales donde asistieron alrededor de 8000 personas según lo señalado en la página web. En este primer festival participaron únicamente bandas nacionales en sus distintos géneros musicales. Estuvieron presentes bandas como Muscaria, Mamá Vudú, Rocola Bacalao, Can Can, etc. En la actualidad gracias al apoyo de varias entidades locales y gubernamentales como: el Municipio de Quito, El Ministerio de Cultura, El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), El Consejo Provincial de Pichincha, etc. El Quitofest se ha constituido como uno de los festivales de música independiente más grande tanto a nivel local como del país. Y de mayor concurrencia a nivel nacional ya que en este último año la convocatoria aumentó a 60.000 espectadores quienes tenían el afán de apoyar tanto a las bandas nacionales que promocionaban su material discográfico (Eutanos, Colapso) como también el apoyo a las bandas internacionales invitadas (Testament, Confronto, Panteón Rococó).

Por otra parte es importante señalar que herramientas como el internet se han transformado en un recurso muy importante para promocionar y consumir la producción musical tanto nacional como internacional, lo que ha permitido de algún modo la democratización del arte, siendo el espacio para que artistas nacionales sin

¹⁵Consulta realizada en junio 2011, en la web de Quito Fest sobre la historia del festival.
<http://www.quitofest.com/historia.html>

sellos discográficos y sin apoyo de los medios de comunicación logren llevar una gestión de su producción musical.

Páginas web como: myspace.com, taringa.net, youtube.com, etc.; son recursos que han servido para que muchos artistas nacionales puedan difundir su música, estas páginas en cierta medida sirven de herramientas para dar a conocer el arte musical que se promueve en el país.

En el Ecuador los artistas que cuentan con los recursos para promocionarse se proyectan a trabajar por su imagen, graban fuera del país, se posicionan en los grandes medios de comunicación tanto radiales y televisivos, inscriben sus obras en la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE) y forman parte de la sociedad del espectáculo. Tal es el caso del cantante Jorge Luis del Hierro quien a mas de grabar de forma profesional; trabaja por su imagen, es sonado en las grandes emisoras como radio Disney con su éxito reciente “dime quien pierde más”, graba fuera del país con el sello internacional de BMG y se siente representado por SAYCE. Según lo indicado en la entrevista de Radio EXA en marzo 2010.

Por lo tanto Jorge Luis del Hierro, a parte de producir discos y obtener su copyright, produce su imagen para legitimarse en lo que el mercado demanda. En este sentido su arte forma parte del consumo masivo, él se opone a la libre utilización de su producción musical ya que considera que la piratería es perjudicial para sus intereses y los de otros artistas.

Según el listado de socios activos publicado en la página web de SAYCE (<http://www.sayce.com.ec/archivos/informe/SOCIOS.2010.pdf>), en el año 2010 existen aproximadamente 70 artistas afiliados a nivel nacional, lo que muestra que pocos artistas en relación al número y diversidad de producción nacional, tienen el privilegio de obtener licencias copyright. Ésta tiene como pasos básicos reproducir la obra en copias o fonogramas, preparar obras derivadas basadas en su propia creación, distribuir copias o fonogramas de la obra hacia el público vendiéndolas o haciendo otro tipo de transferencias de propiedad tales como alquiler, renta o prestación de las copias. Por lo tanto como último la obra debe ser mostrada públicamente.

A pesar de que son pocos los privilegiados en cuanto a lo mencionado, en nuestro país se produce en alta escala demos, EPS y CDS bajo sellos independientes cuyo objetivo principal es producir, difundir y promover arte. De la misma manera el

apoyo de las radios comunitarias ha permitido que otras expresiones artísticas-musicales puedan difundirse desde otra perspectiva opuesta a la del mercado. “Las **RADIOS COMUNITARIAS Y CIUDADANAS** son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia”¹⁶

En este trayecto se puede observar que existen varios espacios de programación radial y varias radios online, las cuales buscan difundir la producción de música independiente y romper con los hábitos del mercado. Estas radios forjan la cultura e intentan fortalecer la identidad de los grupos humanos.

En este sentido se puede observar que existen pocas radios que pretenden romper con el esquema lineal al que trabajan los medios de comunicación tradicionales. Estas Radios Comunitarias se caracterizan porque “están insertas en procesos culturales, sociales y políticos de la región.”¹⁷

De esta forma queda también en constancia que existen pocos medios de carácter alterno que promueven la cultura, en ese sentido los artistas independientes se hallan en desventaja porque los espacios son reducidos para la difusión de su música. Es indiscutible además que la mayoría de los medios de comunicación: radiales, televisivos y prensa escrita se mueven ante el mercado y el consumo que demanda la industria cultural (“producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía.”¹⁸).

El día 15 de mayo del 2011 Juan Pablo Villacreses propietario de Nina Radio en la ciudad del Puyo, indicó que las radios comerciales tienen similitud en cuanto a los espacios de programación ya que observa que la mayoría de estas radios se limitan a un solo tipo de esquema musical y considera además que la radio comercial no cuenta con una programación variada sino que piensa que los distintos espacios son similares y alternando únicamente de locutores.

Dada esta comparación, aclara que las radios comunitarias son espacios de interacción entre grupos culturales, por lo tanto considera que la radio comunitaria tiene distintos formatos de programación y espacios musicales

¹⁶ VILLAMAYOR Claudia, LAMAS Ernesto. “Gestión de la radio comunitaria y ciudadana”, editorial AMARC, Quito 1998, pág. 223

¹⁷ IBID

¹⁸ MATTELART, Armand, MATTELART Michele, “Historia de las teorías de la comunicación”, Op.cit, pág. 54

completamente variados, reflexionando además que las radios comunitarias permiten la libertad de opinión de oyentes, comunidades, artistas, etc. Su frecuencia siempre está abierta tanto para la libre difusión de música como la promoción de artistas nacionales en cualquier género musical.

Por otra parte examinando el punto de vista a las radios comerciales, en una entrevista realizada el 22 de julio del 2011 al presentador de la radio “La Metro”. El Sr. Johnny Cañar Sánchez afirmó que todo material musical que se difunde pasa por un control de calidad. En este sentido afirma que el artista tiene que pagar –metafóricamente- por la difusión de su material, y explicó que el presidente de la radio es quien inspecciona la legitimidad y calidad del material musical para poder ser sonado. Añade además que pocos son los artistas nacionales que suenan en la emisora, ya que considera que de los éxitos internacionales son los que sostienen a una radio de carácter comercial. Por esa razón estos medios que apoyan “lo legal” se rigen a las políticas de difusión establecidas por SAYCE, ya que los parámetros que se exigen, a los artistas, están estrictamente relacionados con el sentido del consumo y de la venta porque el interés primordial es posicionar a la música nacional en el mercado.

En julio del 2011, en una entrevista realizada a la Dra. Fanny Largo, encargada del departamento de socios de la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos, indicó que quienes se afilian a la entidad poseen varios beneficios como el de pensiones vitalicias anuales. Del mismo modo señaló que una vez que el artista está afiliado a SAYCE, esta asociación se encarga de tramitar el registro de obras en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual). Explicó además que quien se afilia tiene derecho a seguro médico, a pólizas de vida y de accidentes personales y a un fondo mortuario en ciudades como Quito, Guayaquil, Portoviejo, Ambato y Riobamba. Indicó también que quien se afilia tiene asesoría jurídica continua y trámite de recaudación de los Derechos Autorales por Comunicación Pública de Obra en difusión y ejecución públicas.

Pese a estos aspectos existen muchos artistas que están en desventaja por no pertenecer a SAYCE, ya que la mayoría acuden directamente al IEPI con el fin de registrar su obra y darle un uso menos formal al que SAYCE requiere en cuanto a la producción, distribución y venta de la mercadería musical.

Por lo anteriormente citado, aquellos que no están afiliados a SAYCE distribuyen su mercadería de manera libre ya que el interés para muchos músicos está en expandir su arte musical. De esta manera por ejemplo la banda de Quito Mamá Vudú, el 10 de septiembre del 2011, lanzaron por internet una descarga gratuita de su disco Aeroclub tras haber cumplido 10 años de existencia.

Las ventajas y desventajas ligadas a la pertenencia o exclusión de SAYCE, responden a beneficios económicos principalmente, que además están cruzados por el nivel de inversión que un artista pueda y quiera hacer.

2.1. El consumo de música nacional.

“El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizado por imágenes”¹⁹, precisamente esa relación social entre personas dentro del espectáculo es lo que se quiere analizar, los espectáculos así como las producciones son relacionales y el consumo se realiza también relacionalmente, mediados los *habitus* en gran medida.

En primera instancia es relevante precisar que existen pocos artistas que cuentan con los recursos económicos necesarios para lograr posicionarse en grandes medios: radiales y televisivos. Por lo tanto, como ya se ha mencionado, los artistas que pasan el control de calidad, que a más de lograr ubicarse en los medios de comunicación, graban sus discos fuera del país bajo sellos discográficos internacionales, se abren campo en los medios de comunicación masivos e inscriben sus obras musicales en SAYCE, que según esta organización fluctúan entre de 1000 a 5000 obras actualmente²⁰.

Para promocionar estas obras, están presentes las cadenas nacionales de almacenes musicales como son Musicalísimo, Notas y Totos entre las más grandes; los cuales a más de auspiciar al artista, venden entradas para los grandes festivales y comercian su producción musical; por tanto manejan un discurso insistente en contra de la piratería. Sin embargo hay que destacar que en el país la piratería es muy aceptada y domina el mercado nacional, así, según Omaira Moscoso; Presidenta de la Asociación Ecuatoriana de Comerciantes de Productos Audiovisuales

¹⁹ IBID, pág. 65

²⁰ Ver página oficial de SAYCE: <http://www.sayce.com.ec/sayce.php?pagina=tarifas>). Consultado el 14 de junio de 2011.

(ASECOPAC) en el país existen “unas 60.000 tiendas de discos piratas, que emplean a unas 150.000 personas mayoritariamente mujeres cabeza de familia”²¹. **Es así que grandes tiendas como Music Plus y Tower Records salieron del país, pues la gente no puede pagar los costos de la mercadería original que estas tiendas ofrecían, considerando que el salario mínimo vital oscila entre los 250 USD en Ecuador, solo la piratería es accesible para el promedio de los ecuatorianos.**

A través de un sondeo de opinión realizado el 9 de junio del 2011 se preguntó acerca de la piratería a quienes consumen discos legales y discos piratas. Los consumidores de discos legales deducen que es importante adquirir una obra original porque se genera ganancia directa al artista, por lo tanto ven a la piratería como el negocio ilegal y perjudicial sobre todo para los artistas nacionales. Pero quienes consumen copias piratas piensan que no se debe catalogar como piratería a la música ya que consideran que las copias dan más acceso al arte musical para quienes no cuentan con la posibilidad económica de adquirir una obra original. Muchos de ellos consideran además que la piratería no perjudica al artista porque creen que el apoyo está en asistir a los conciertos, lo que aparece como la forma más eficaz para apoyar directamente a los artistas nacionales.

En el mercado nacional la piratería abarca con tanta fuerza, que de acuerdo a la entrevista realizada con el Gerente General de SAYCE Ing. David Checa, indicó que en el periodo 2008- 2011 se vendieron 120 discos originales dentro del país, de los cuales indicó que de ese valor la mitad de la mercadería fue utilizada para producir copias piratas. De la misma manera indicó que se comercializaron 20 millones de copias ilegales pertenecientes a las obras de artistas nacionales y 40 millones que pertenecían a obras de artistas internacionales.

Analizando el rol de los artistas, muchos apuestan por poner en juego su talento e imagen para promocionarse e introducirse en el mercado musical. Mercado que ciertas veces les acoge y les legitima y otras veces les descalifica. "De este modo, la televisión, que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad. Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el

²¹ SIN AUTOR, “Más del 95% de filmes y discos de Ecuador son piratas”. Diario El Hoy, Quito 30 de abril de 2011.

árbitro del acceso a la existencia social y política"²². De esta forma, aquellos artistas que logran acceder a los medios masivos de comunicación -por su inversión económica principalmente- especialmente la televisión son quienes “existen” socialmente, mientras que los que no logran introducirse en los grandes medios, corren la suerte de “no existencia” o de invisibilidad social. Sin embargo, las nuevas tecnología permiten una globalización desde abajo en muchos casos, el internet ha puesto a disposición de las masas las pequeñas producciones caceras e independientes, haciendo que los usuarios accedan a ellas omitiendo en muchos casos los grandes medios de comunicación.

Pese a ello, los grandes medios siguen estableciendo estereotipos y patrones de consumo; es evidente en este sentido, que los medios de comunicación privados pretenden promover una industria cultural con el fin de enriquecerse a través de la música, es así que algunos géneros musicales forman parte del consumo masivo, tal es el caso del Pop. De esa forma, hay una diferenciación entre los artistas nacionales, que para algunos son un dispositivo más de la moda, mientras que para otros significa el reflejo de la cultura e identidad del país.

Es de señalar que la mayoría de la población prefiere a artistas internacionales y consume mayoritariamente sus producciones, debido también a la influencia de los grandes medios de comunicación. Pero a pesar de que muchos artistas son excluidos de estos espacios de difusión, existe una importante producción musical que abarca desde el EP (extended play) que es conocido por su reproducción extendida donde la duración no es corta, pero tampoco es larga, son trabajos promocionales que contienen de 5 a 6 canciones. Este tipo de producciones son muy comunes entre los artistas nacionales alternativos e independientes, mismos que nos son comercializados en las tiendas sino de manera directa, de artista a público.

Esto ha permitido que varios artistas en sus distintos géneros musicales puedan promocionarse en algunos medios radiales alternativos. Además existe también la producción musical de CDS grabados de manera profesional y semiprofesional que se venden dentro de los mismos espectáculos o en las micro tiendas musicales, que son variadas en el país.

Muchos músicos que graban dentro del país, cuentan con buena calidad de producción musical, debido a que existen uniones colectivas entre grupos y cantantes que además

²² BOURDIEU, Pierre, “Sobre la televisión”, editorial Anagrama, Barcelona 1998, pág. 28

de compartir escenarios se juntan para producir su música, es decir, se han construido una suerte de redes de producción y difusión, algunos formales y otras menos formales entre los distintos géneros musicales. Estas redes permiten, aprovechando de los conocimientos tecnológicos de sus miembros y las tecnologías informáticas, difundir y realizar producciones independientes.

Por lo tanto, existen colectivos para producir discos, organizar espectáculos y difundir arte musical con el fin de fortalecer su cultura e identidad musical, tal es el caso de Subterra Records considerada “productora del metal ecuatoriano” la cual ha producido a bandas como Falk, Basca, Procesión, entre otras, este sello discográfico, está vinculado con el programa de la Zona del Metal que se ha mantenido más de 10 años en radio La Luna y que hace poco tiempo se difunde en la radio estatal. En este sentido el afán de este programa es seguir fomentando la cultura metalera del Ecuador tal como indica Jaime Villarreal (productor de Subterra Records).

En resumen, si bien hay dominio de los grandes Sellos Discográficos y de los medios privados y millonarios de comunicación, mismos que en gran medida imponen qué se crea y qué se consume; existe también en nuestros tiempos muchos canales alternos de producción y difusión de la música, cosa que responde a un fenómeno social global, la gran mayoría de las personas pueden hacer y acceder a música, la más diversa y variada.

Esta cultura posmoderna, entendida como la “construcción social, específicamente humana, que surge de la praxis del hombre, mediante el cual este, se apropia de la naturaleza, la transforma y se transforma a sí mismo,”²³, determina formas de hacer y entender el arte en sus distintas expresiones, o en términos de Bourdieu los *habitus* condiciona lo que construimos, admiramos y reproducimos.

Es así que en la cultura posmoderna de la que somos parte fruto del proceso globalizador “la música y el ritmo se han convertido en algunos decenios en un entorno permanente, en una pasión de masas. Para el hombre disciplinario, autoritario, la música se circunscribía a sitios o momentos precisos, concierto, baile, music hall, radio; el individuo postmoderno, al contrario oye música de la mañana a la noche, como si tuviera la necesidad de permanecer fuera, de ser transportado y envuelto en un ambiente sincopado, como si necesitara una desrealización estimulante, eufórica o embriagante del mundo... La música se convierte en un medio privilegiado de nuestra época por su

²³ GUERRERO, Patricio “Notas para una aproximación al concepto de cultura”, Quito 1996, pág. 4

estrecha consonancia con el nuevo perfil del individuo personalizado, narcisista, sediento de inmersión instantánea, de “hundirse” no solo en los ritmos de los últimos discos de moda sino en las músicas más diversas, las más sofisticadas, que , ahora, están constantemente a disposición.”²⁴. De esta manera se ha construido música para todos los gustos, donde las manifestaciones culturales están presentes y forman parte de un estilo de vida para muchos, tanto para los artistas como para la gente que asiste a los espectáculos en sus distintos géneros musicales.

En este mismo sentido, muchos espectáculos nacionales tienen un alto nivel de concurrencia, debido a que la gente tiene la convicción y se siente identificada, en este sentido la cultura musical actual genera constante movimiento, que en algunos casos se opone al mercado de masas. Es así que muchos artistas independientes encuentran más factibilidad de promocionar la música y realizar lanzamientos mediante conciertos.

Muchos de ellos viven convencidos de sus creaciones musicales, por lo tanto el afán de estos músicos es producir arte fuera de la industria musical. Del mismo modo muchos de estos artistas creen que SAYCE no los representa ya que consideran altos los costos tarifarios para adquirir los derechos de inclusión de sus obras musicales.

A continuación se conocerá a detalle los costos avalados por SAYCE en cuanto a derechos de inclusión de las obras musicales:

UP LOADING: Elaboración de una Base de Datos de obras musicales para ponerlas a disposición.

Hasta 1000 obras	\$ 0.025 por obra y/o fragmento
De 1001 a 5000 obras	\$ 0.023 por obra y/o fragmento
De 5001 a 10000 obras	\$ 0.020 por obra y/o fragmento
Más de 0001 obras	\$ 0.015 por obra y/o fragmento

La tarifa mínima por la estructuración de una base de datos hasta 1000 obras es de \$ 25 y 0.0175 por cada obra adicional

²⁴ LIPOVETSKY, Gillies, La era del vacío. Editorial Anagrama, Barcelona 2002. Pág. 25

DOWN LOADING: Música a la carta realizando una descarga al disco duro o cualquier soporte \$ 0.08 por cada obra descargada

EQUIPOS CELULARES CON MUSICA ACCESORIA (RINGTONES)

Los usuarios pagarán por concepto de inclusión o almacenamiento de las obras musicales que administra SAYCE, la suma de \$10.00 (diez dólares), por cada obra musical, si el número de obras excediera de las 1000 el costo se disminuirá en una proporción del 50%.

Los usuarios pagarán a SAYCE por concepto de reproducción mecánica (download) de las obras musicales que administra SAYCE el equivalente al 10% por cada venta realizada a través de sus sitios en Internet, o la alícuota que le corresponda, de acuerdo porcentaje que administre de conformidad con el contrato de edición que mantenga con el autor de la obra²⁵.

Con estos datos es importante entender que los derechos de inclusión son beneficiosos para pocos artistas, ya que pocos son los que tienen la posibilidad de adquirir una licencia copyright y quienes logran sonar continuamente en los medios de comunicación. Esto se debe a que la lógica de los derechos de inclusión es medir el grado de difusión y de descargas (download) de las canciones de los artistas registrados. Por lo tanto ningún artista puede ganar igual que otro, ya que SAYCE toma en cuenta los porcentajes de difusión y de descarga, y el artista adquiere la ganancia acorde al resultado de los porcentajes.

Por lo tanto si se pone como ejemplo a la canción “dime quien pierde más” del cantante Jorge Luis del Hierro va a aparecer continuamente en el internet, en la radio y en la TV. Por ende si varias veces suena esta canción, el artista obtendrá un margen del 70% de las ganancias. Caso contrario, si la canción no sonaría, el cantante no tendría ningún porcentaje de ganancias. En este sentido el papel de SAYCE es velar por los derechos de autor que va acorde al grado de difusión y de descarga musical (download).

Se conforman macro y micro espacios en los medios de comunicación tanto para la difusión del pop, el rock, la música chicha, la cumbia, etc. Estos espacios tienen la cualidad de difundir la música a gusto del espectador, por lo tanto existe variedad de

²⁵ <http://www.sayce.com.ec/sayce.php?pagina=tarifas>. Consulta realizada en junio 2011 en el portal oficial de SAYCE

programación para distintos gustos; la desventaja es que para algunos géneros musicales los espacios son muy reducidos.

Por otra parte es importante entender el afán de los distintos colectivos de arte, que buscan democratizar la música. Muchos de ellos consideran que la música es un canal para manifestar la inconformidad que se siente frente al sistema. Por lo tanto generan arte musical desde la exclusión social que sienten vivir. “En todas las sociedades humanas existen unas predisposiciones biológicas que se elevan al rango de normas y a las que se superponen otras normas, emanadas de la inteligencia humana y no de la biología: constituyen códigos de conducta que reglamentan su convivencia y que en las sociedades desarrolladas se plasman en leyes y reglamentos escritos”²⁶

Al ser las normas fruto de la voluntad humana se presentan estructuralmente excluyentes, uno de esos es el caso del rock nacional donde se observa variedad de producción musical, pero los espacios son limitados en cuanto a difusión, ya que existe mucho estigma de la sociedad y de los medios de comunicación. Por esa razón este estilo musical se difunde muy poco. Existen programaciones que se difunden una vez a la semana como es el caso del programa La Zona del Metal que se transmite únicamente los días domingos por la tarde.

El día 22 de junio del 2011, Telmo Arregui Nuñez (ex presentador de La Zona del Metal) indicó que existe mucha exclusión al rock por parte de las radios, además señaló que los prejuicios de los medios de comunicación han impedido que el rock nacional tenga acogida. Indicó además que muchos materiales sonoros asociados al rock son completamente negados por otras emisoras.

Citando a Bourdieu, "Pienso, en efecto, que la televisión, a través de los diferentes mecanismos que intento describir de forma sucinta (...) pone en muy serio peligro las diferentes esferas de la producción cultural: arte, literatura, ciencia, filosofía, derecho; creo incluso, al contrario de lo que piensa y lo que dicen, sin duda con la mayor buena fe, los periodistas más conscientes de sus responsabilidades, que pone en peligro no menor la vida política y la democracia"²⁷. Para el caso de estudio se añadiría que no solo la televisión merma democracia a la producción musical en general, sino el acceso a los bienes y a los mercados culturales dados por la televisión pero también por las

²⁶ GUBERN, Román. "El Eros electrónico", editorial Taurus, Madrid, 2000, pág. 9

²⁷ BOURDIEU, Pierre, "Sobre la televisión", editorial Anagrama, Barcelona 1998, pág. 7

radios, espacios para espectáculos públicos, sitios profesionales de producción musical, así como acceso al conocimiento y reconocimiento de su arte.

El consumo musical se presenta ambivalente, por una parte la población de nuestro país se inclina por lo mercantil y lo mediatizado en la mayoría de los casos, sin embargo la exclusión de las producciones no tan afines al mercado ha hecho que mucha producción musical, de distintos géneros, se difunda y se consuma fuera de los medios de comunicación de masas. Paradójicamente ambos procesos son posibles gracias a la piratería, que es el mercado más grande en el país para todo tipo de consumidor, por fuera del consumo por medio de internet, que se ha incrementado sustancialmente en el país sobre todo en el espacio urbano, a través de páginas como Taringa, Emule, etc.

En ese sentido, “Germán Bercovitz sostiene que con la irrupción de las nuevas tecnologías, se debilita hoy la exigencia de corporeidad, es decir la multiplicación de objetos físicos idénticos, pues ya se incluyen dentro del concepto de reproducción las copias digitales de la obra en la memoria de un ordenador, o las copias que se producen en el sistema de transmisión de la misma por Internet.”²⁸

Por esa razón existen determinadas canciones cargadas por medio de un ordenador con el fin de ser promocionadas. Esto ha permitido que varios artistas nacionales en sus distintos géneros musicales logren globalizar su música y puedan darse a conocer en el exterior, sin la necesidad de que sus obras musicales tengan una licencia extranjera. Uno de esos ejemplos es la banda Muscaria quienes promocionaron la canción “afecto alterado” en el internet y que luego logró posicionarse en el canal internacional MTV, entrando al top 20, así como en el caso de Delfín Quishpe quien lo hizo a través de Youtube.

Así mismo, gracias a las pequeñas frecuencias en AM y ciertas emisoras de FM; como también los canales UHF, la música tradicional ecuatoriana definida como un “Ritmo Nacional del Ecuador, de origen precolombino con ritmo alegre y melodía melancólica, según los musicólogos es una combinación única que denota el sentimiento del indígena ecuatoriano. Actualmente se interpreta con la mezcla de instrumentos autóctonos del Ecuador como: el rondador, pingullo, bandolín, dulzainas, se suman a estos instrumentos extranjeros como: la guitarra, quena, bombos, zampoñas, etc. incluso con

²⁸ BERCOVITZ, Germán, “Comentarios al derecho de reproducción, en Manual de Propiedad Intelectual”, 2da edición, pág. 86

instrumentos electrónicos dándole un toque de modernidad y estilización.”²⁹; está presente de forma permanente, el problema radica en que el mercado global ha ido socabando el valor cultural de la música tradicional. Por esa razón la música tradicional se encuentra en segundo plano, a pesar de que SAYCE si reconoce a muchos de estos artistas.

Muchos de estos artistas forman parte de la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE) porque están convencidos de que la música que interpretan representa lo ecuatoriano, por esa razón confieren sus derechos a SAYCE, ya que consideran que es la única entidad que los puede representar. Además muchos de estos compositores subsisten también del 70% de las obras musicales difundidas en espectáculos en vivo y locales comerciales. Según lo explicado por el músico Christian Hidrovo, indica además que la primera generación de la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos se formó por compositores de música tradicional (compositores de pasillos, folklore, san juanito, yaraví, pasacalle, etc.).

2.2. Distribución de obras musicales

En este espacio se analizará las formas de monopolización, comercialización y distribución de la producción musical. Es claro que: “Bajo la estructura tradicional, las compañías discográficas son los actores más poderosos de la industria. Ello es así debido a su monopolístico dominio sobre los principales canales de marketing y distribución, y por su habilidad de vincularse a los artistas mediante contratos exclusivos de largo plazo.”³⁰

Al adentrarse a la distribución musical, es evidente que en Ecuador la distribución “legal” es limitada porque pocos artistas tienen el privilegio de tener contratos con compañías discográficas extranjeras y registrar sus obras con SAYCE. De la misma manera sus obras se distribuyen a las cadenas musicales (Musicalísimo, Notas, Totos, etc.), y por ende pocos artistas son quienes tienen la posibilidad de promocionarse dentro del mercado musical “legal” y distribuir discos alrededor del país.

²⁹ Consulta realizada en julio 2011 en la web “Los ritmos del Ecuador”

<http://www.balletandinoecuador.org/zonabae/index/ritmos.php>

³⁰ Consulta realizada en agosto 2011 en la web de “La Industria Discográfica y La Revolución Digital”,

[“http://www.rekursosculturales.com.ar/documentos/la_industria_discografica_y_la_revolucion_digital_cesar_palmeiro.pdf](http://www.rekursosculturales.com.ar/documentos/la_industria_discografica_y_la_revolucion_digital_cesar_palmeiro.pdf)

Si bien la producción nacional (sobre todo particular) es significativa y ha ido creciendo en los últimos años, el mercado formal se ha contraído considerablemente “La distribución del mercado de la música en el Ecuador al cierre del año 2007 se ha visto seriamente afectado por varios factores que al igual que al resto de la industria alrededor del mundo también les está afectado, esto es la piratería del formato y la mejor utilización de la tecnología digital con sus aplicaciones MP3, iPOD, Bluetooth, Internet, etc.”³¹ Esta tendencia a continuado hasta el presente año.

La distribución es otro factor que ubica al artista, pero a pesar de que pocos son los “destacados”, como se mencionó anteriormente existe producción musical para todos los gustos y consumos. Mucha producción discográfica se hace fuera del mercado musical “legal”, por esa razón éstos artistas distribuyen sus obras en pequeños almacenes musicales, centros culturales o en los mismos espacios donde realizan sus presentaciones.

Muchas de estas obras musicales son atractivas, debido al buen nivel de talento musical con el que cuentan muchos artistas, sin embargo, el problema radica, como se mencionó antes, en que existe falta de apoyo de los medios de comunicación e inclusive de las cadenas musicales, ya que las cadenas musicales acogen mercadería “legal” (mercadería con copyright), por lo tanto el rol de las cadenas musicales interviene en la “valoración” de la producción musical. En este sentido, el mercado es quien regula de manera más objetiva el control de calidad.

Viendo desde la perspectiva cultural, la distribución no legal de música es parte de una manifestación de productores y consumidores en contra del sistema de mercado en algunos casos, pero principalmente responde a una lógica de economía política, es decir la gente accede a los productos que tiene la posibilidad económica de hacerlo. Esto es evidente en el volumen de dinero que la piratería mengua a los artistas, según SAYCE los creadores nacionales dejan de percibir anualmente entre 2 y 4 millones de dólares por derechos de autor y los internacionales entre 4 y 6 millones de dólares.

“Las mega estrellas –tanto interpretes como productores- cobran cachets millonarios, a lo que hay que sumarle los costos efectivos de grabación del disco (horas de estudio, insumos utilizados, honorarios de otros artistas y técnicos involucrados, promoción,

³¹ ALTAMIRANO Jorge “Perspectivas de transformación de la Industria Discográfica en el Ecuador.” Tesis Universidad Andina Simón Bolívar del Ecuador, Quito 2008. Pág. 49.

etc.) mientras que el costo de fabricar las copias adicionales en CDs es menor a un dólar.”³²

Es evidente que la monopolización del arte musical ha ido transformándose en objeto de consumo, por lo tanto los medios de comunicación al igual que las disqueras y las tiendas musicales con licencias tienen el derecho distribuir mercadería original (mercadería copyright) por esa razón en unos espacios es expuesto en una vitrina a altos costos, mientras existen muchos artistas que no son apoyados “legalmente”, por lo tanto distribuyen sus obras musicales de manera directa y a precios accesibles y hasta motivan para que su música sea reproducida en CDS copiados, tomando en cuenta la copia como uso personal. Ya que la intención de ellos es ser escuchados por el público sin estar mediados por quien tiene y no tiene recursos económicos para adquirir una obra original.

La intención de muchos intérpretes es distribuir su música libremente y a costos bajos para sentirse apoyados por sus seguidores y amigos, evidentemente se trata de artistas que no viven únicamente de la música. Es así que muchas obras musicales se distribuyen fuera de los almacenes, pues las compañías discográficas y sus monopolios que acumulan grandes sumas de dinero; y la ganancia para los artistas en algunos casos es de un bajo porcentaje, de esta manera para un buen número de artistas deja de tener sentido el mercado legal.

Es por eso que muchos músicos tienen la convicción de sentirse representados más por el público y por los eventos que realizan. Porque consideran que las disqueras y las cadenas de almacenes musicales se llevan los mayores créditos, por lo tanto los medios al igual que los almacenes musicales fomentan la distribución de un arte al servicio del mercado.

El cantante Luis Rueda (junio 2010) explica que sus discos no distribuye a tiendas musicales, ya que considera que las ganancias no son rentables porque la mayoría de tiendas musicales de Guayaquil le exigen entre el 30% al 40% por cada disco vendido. Por lo tanto cree que la venta directa genera más rentabilidad, y explica que las ganancias le permiten recuperar los gastos invertidos por la producción de su disco. De la misma manera considera que muchos medios radiales han excluido su música a pesar

³² IBID

de que su canción “la mala reputación” sonó como cortina en una de las temporadas del programa “Buenos Muchachos”³³ en el año 2007.

Los medios de comunicación a lo largo de su historia han sido mediadores del mercado, esto ha generado un malestar cultural, debido a que el arte musical pierde su sentido a medida que las imágenes se transforman en herramientas de consumo. Sin embargo la distribución de la música se ha visto afectada por la forma de consumo descrita anteriormente, en que las personas tienen un acceso masivo a la producción musical a través de la piratería y de internet, es así que la producción mundial de CDs ha disminuido desde un número anual de 1.083 millones en 1999 a 370 en el 2009.³⁴

Por lo tanto no existe una distribución formal ya que el mercado musical pone barreras e impide que muchos artistas sin sellos puedan comercializar sus obras de manera seria. Por esa razón las plazas son pocas para la distribución de discos, pero el país cuenta con una gama extensa de pequeños almacenes musicales (Estudio 0 (Quito), Marea Negra (Quito), Rush (Ambato), El Círculo Musical (Cuenca), El Prohibido Centro Cultural (Cuenca), etc.) quienes distribuyen obras originales, producidas en el interior del país, y que en cierta medida han apoyado a que muchos conjuntos musicales lleven hacia adelante su gestión artística.

“La televisión (mucho más que los periódicos) propone una visión cada vez más despolitizada, escéptica e incolora del mundo, y contribuye cada vez más a que los periódicos se deslicen hacia la demagogia, sometiéndose a sus colegas comerciales.”³⁵. La televisión nacional al igual que la internacional mantiene una programación que prioriza la valoración del mercado internacional. Por lo tanto existe un escaso apoyo al arte musical ecuatoriano, ya que hay poca programación musical dedicada al talento nacional. Existe una programación contada de tres o cuatro espacios en televisión como es 10/10, Emisión de Rock, Mis Bandas Nacionales y Unizono. La mayoría de estos programas salen a la pantalla también una vez por semana y en horarios con poca audiencia, debido a que se sostienen con pocos auspicios.

El apoyo a la música nacional tanto en el aspecto juvenil y urbano es visto como un negocio. Por esa razón muchos espectadores se informan de la distribución musical por medio de sus círculos afines, por redes sociales e internet.

³³ Programa nacional muy difundido en televisión.

³⁴ ZIEMANN George. Nielsen Soundscan Stops Making Sense. Enero de 2010. Web. <http://www.azoz.com/newsarchive/2010/01/Nielsen.html> Revisado el 26 de Agosto de 2011.

³⁵ BOURDIEU, Pierre, “Sobre la televisión”, Op.cit, pág. 42

Por otra parte es evidente que la integración de los círculos culturales tanto organizaciones independientes como pequeños programas de radio y TV han aportado a que muchos artistas puedan difundir sus lanzamientos discográficos, sin la necesidad de adquirir un copyright ya que los derechos conexos han permitido la libre difusión. Además estas organizaciones y estos programas ya mencionados, consideran que el arte es parte de un bien común tanto para músicos como para espectadores.

Capítulo II

Medios de Comunicación y Actores Sociales

Como parte del concepto de comunicación social se halla lo mediático, “desde el punto de vista externo se entiende como Comunicación Social los procesos que se hallan al alcance de los medios de información, prensa, cine, radio difusión y televisión (...) pertenecen a este todo tipo de mensajes de actualidad así como los mensajes artísticos, instructivos y de entretenimiento siempre que sean propagados por medios de comunicación”³⁶

En ese sentido, este capítulo alude en primera instancia a los medios de comunicación más usados en la difusión y el consumo musical en el país. Se muestran así las distintas radios nacionales, su modo de operación y los tipos de información que difunden, así como la distribución y tipos de frecuencias. Adicionalmente se describen algunos elementos de la televisión nacional y los limitados espacios dedicados a la música.

En un tercer momento se hablará de las distintas productoras musicales en el país, principalmente en la ciudad de Quito, lugar donde se aplicó la encuesta de caso. Precisamente, para cerrar este capítulo, se muestran los resultados de la encuesta realizada en el barrio de Solanda, en donde se cuantifica a partir de una encuesta de opinión, los objetos de consumo musical predilectos, así como los medios y las maneras en que estos consumos culturales se llevan a cabo.

1. Radios Comunitarias vs Radios Rumberas

La radio, que nació ya hace un siglo, es el medio de comunicación más expandido en el mundo y en el que trasmite la información de manera más rápida; además se caracterizan por ser un espacio, que a diferencia de otros medio de comunicación como

³⁶ MALETZKE, Gerhard, *Sicología de la Comunicación Social*, editorial Época, Quito Ecuador 1976, Pág. 18-19

la televisión, permite la interacción entre locutores y público, aquellos distintos tipo de diálogos que se posibilitan en la radio permite analizar los gustos que el espectador tiene en cuanto a la música y a la información.

La radio es un espacio de opinión pública tan importante que en gran medida influye en asuntos públicos, por ello “la comunicación, la información, la cultura, la expresión de ideas y opiniones forman parte de los derechos humanos y ciudadanos y, en consecuencia, le corresponde al Estado, garantizarlos para el conjunto de los ciudadanos. Esto significa, entre otras cosas, que al Estado le cabe responsabilidad efectiva de asegurar el acceso de toda la población, a los medios de comunicación (a la recepción y la posibilidad de producción y emisión de mensajes) en tanto y en cuanto es el único administrador del espectro radioeléctrico.”³⁷

En el Ecuador existe variedad de programas radiales enfocados a intereses culturales y políticos. En este sentido se encuentran diferentes espacios de programación que pretenden fomentar la cultura y el arte, siendo así la radio un medio que une a grupos urbanos y comunidades en muchos casos.

En este aspecto existen intereses culturales enfocados a la música y al entretenimiento, ya que la mayoría de la población considera que la música es fundamental dentro de la radio. De la misma manera la radio cuenta con varios espacios de programación musical enfocados a distintos gustos e intereses musicales.

Por su alta influencia, la radiodifusión se transforma en un sitio de poder, que puede ser altamente favorable para algunos artistas, quienes logran promocionar su material musical en los espacios de programación. Sin embargo, “varias emisoras de radio forman parte de grupos monopólicos que controlan otros medios de comunicación, pero también existe una menor concentración de la propiedad en la radio, así la mayor parte de emisoras no están formando parte de redes de poder económico o político y actúan en forma más autónoma que la TV o que otros medios de comunicación.”³⁸

“En el Ecuador, la Coordinadora de Radios Populares y Educativas (CORAPE) trabaja desde 1988 por el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias. Es la única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente

³⁷ VILLAMAYOR Claudia, LAMAS Ernesto. “Gestión de la radio comunitaria y ciudadana”, Op.cit, pág. 215.

³⁸ SALTOS Napoleón, Vásquez Lola. “Ecuador: su realidad”, décima séptima edición Fundación José Peralta, Quito, 2009, pág. 336

vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Con esto, busca conseguir la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento, validación, identificación con la cultura de sus pueblos, dar espacios a los que antes no los tenían, para que de esta forma se escuche la voz de todos y conseguir así la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades”³⁹.

Las radios comunitarias se caracterizan en este sentido por la producción de bienes culturales, donde el público accede a la cultura con un grado mayor de participación. Por lo tanto en estas radios existen espacios para noticias, debates políticos, educación y entretenimiento los cuales permiten fortalecer la cultura e identidad de los grupos urbanos, comunidades y pueblos.

En este sentido el arte musical ecuatoriano es difundido desde una perspectiva cultural antes que mercantil, ya que las radios comunitarias no tienen el mayor interés por posicionar a artistas específicos, a ciertas productoras o a un solo género musical; sino que, manejan el arte musical desde un contexto fuera del mercado y dan importancia a los actores sociales quienes fomentan la música como parte de su identidad cultural.

Algunas radios comunitarias a pesar de no pertenecer a la red afiliada de radios comunitarias, mantiene un esquema similar, ya que algunos espacios están dedicados a la difusión del rock independiente (metal, punk, ska, etc.) y a la difusión de la música tradicional (folklore, pasillo, etc.), fomentando de alguna manera la cultura musical ecuatoriana con la finalidad de fortalecer la identidad nacional y promover la diversidad de las expresiones culturales presentes dentro del entorno ecuatoriano, como ocurría con la radio La Luna de la ciudad de Quito.

En la coyuntura política actual, el Estado Ecuatoriano ha llevado adelante ciertas iniciativas de política públicas sobre las frecuencias radiales, es así que únicamente el Estado es el capacitado de administrar y controlar las frecuencias radiales en el país; ello ocasionó muchos malestares entre algunas radios comunitarias.

La Constitución de 2008 garantiza la existencia de medios privados, públicos y comunitarios en igualdad de condiciones y en ese sentido el gobierno actual ha querido desarrollar la Ley de Comunicaciones. “El proyecto de Ley de Comunicación no establece procedimientos concretos para otorgar títulos habilitantes pero dispone que

³⁹ CARRIÓN, Hugo. “Situación de las Radios Comunitarias en el Ecuador”, Informe para la Red Infodesarrollo, Quito, 2007, pág. 25

deban hacerse por medio de procedimientos competitivos y administrativos que garanticen transparencia e igualdad de oportunidades. Una autoridad de telecomunicaciones otorgaría los títulos habilitantes previo informe vinculante del Consejo de Comunicación e Información”⁴⁰

Esta ley pretende poner “límites democráticos para impedir la concentración de los medios de comunicación social”, por los cuales se disponen toques a la cantidad de licencias o “títulos habilitantes” según coberturas nacionales, zonales o locales para medios privados y comunitarios⁴¹

Pese a que la propuesta de ley sigue en debate dentro de la Asamblea Nacional, con varias trabas y malestares sobre todo de los sectores privados y monopolísticos de los medios de comunicación, el actual gobierno ya ha concesionado 14 frecuencias de radio a finales del año 2010, a organizaciones indígenas y ha emprendido iniciativas de dotación de equipos, asesoría y capacitación para estas nuevas radios.

Por lo tanto uno de los objetivos principales de las radios comunitarias, es el de incentivar la libre difusión y hacer de los bienes culturales y de los servicios culturales un ejercicio pleno donde la cultura sea entendida como un derecho. De esta forma las radios comunitarias son espacios de programación donde día a día tienen el afán de construir y fomentar la identidad cultural a través de los espacios de difusión dedicados a los artistas nacionales en sus distintos géneros y corrientes artísticas- musicales.

Muchas de estas radios se manejan por medio de una red informativa, por lo tanto existen radios afiliadas a CORAPE (Coordinadora de Radios Populares del Ecuador) con el propósito de compartir la información y fortalecer los aspectos culturales presentes en el país, estas radios llegan al 30% de la población urbano- marginal y al 60% a la población rural del país⁴². Y las radios afiliadas en la actualidad son:

⁴⁰ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Análisis del Desarrollo Mediático en el Ecuador 2011. Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, Quito Ecuador 2011, pág. 47

⁴¹ IBID

⁴² CORAPE, web <http://www.corape.org.ec/RedInformativa.html>. Revisado el 8 de agosto de 2011

Lista de radios afiliadas a la red CORAPE
coordinadora de radios populares y educativas del ecuador

RADIOS	COBERTURA EN PROVINCIAS	POBLACION	COBERTURA	DIAL
ANTENA LIBRE	ESMERALDAS	385.000 habit.	60%	1170 AM 105.9 FM
BOQUERON	LOJA	404.835 habit	80%	93.7 FM
CASA DE LA CULTURA	PICHINCHA	2'388.817 habit	100%	940 AM
CATOLICA DE CUENCA	AZUAY	599.946 habit	35%	98.1 FM
CATOLICA DE MACHALA	EL ORO	412.572 hab	98%	99.9FM
CATOLICA DE MANABI	MANABI - GUAYAS	4'495.059 habit.	30%	88.70 FM
CHAGUARURCO	AZUAY - EL ORO - LOJA	1'530.144 habit	40%	1550 AM
ERPE	CHIMBORAZO - BOLIVAR - TUNGURAHUA	1'014.036 habit	70%	91.7 FM
FRONTERA	CARCHI	152.939 habit	80%	93.3 FM
GUAMOTE	CHIMBORAZO	403.632 habit	60%	1520 AM
IDEAL TENA	NAPO- ORELLANA Y PASTAZA	227.411 habit	70%	98.9 FM

ILUMAN	IMBABURA	344.044 habit	85%	96.7 FM
INTEGRACION	LOJA	404.835 habit	65%	103.3 FM
INTEREOCIANICA	NAPO	91.775 hab	85%	96.5 FM
IRFEYAL	PICHINCHA - IMBABURA	2'732.861 habit	20%	1.090 AM
LA VOZ DE INGAPIRCA	CAÑAR - AZUAY - MORONA SANTIAGO	3'635.605 habit	40%	820 AM 94.5 FM
LATACUNGA	COTOPAXI - LOS RIOS -BOLIVAR - GUAYAS MANABI	5'604.147 habit	50%	1080 AM 102.1 FM
LUZ Y VIDA	LOJA	404.835 habit	65%	1150AM 88.3FM
MENSAJE	PICHINCHA	2'388.817 habit	10%	1590 AM
PUYO	PASTAZA - NAPO - MORONA SANTIAGO	256.350 habit	50%	89.1 FM
RADIO EL BUEN PASTOR	LOJA	404.835 habit	45%	92.9 FM
RUNACUNAPAC	BOLIVAR	169.370 habit	60%	1510 AM
SAN FRANCISCO	COSTA - SIERRA ORIENTE	18.640 habit	15%	850 AM
SANTA CRUZ	GALAPAGOS	17.000 hab	85%	92.1 FM
SUCUMBIOS	SUCUMBIOS - CARCHI NAPO -	447.566 habit	70%	1300 AM 105.3 FM

	ORELLANA			
VOZ DE ZAMORA	ZAMORA	66.167 hab	90%	102.9 FM
VOZ DEL SANTUARIO DE BAÑOS	TUNGURAHUA	20.000 habit	60%	960 FM
VOZ DEL UPANO	ZAMORA CHINCHIPECAÑAR – AZUAY	998.940 habit	65%	1540 AM 90.5 FM

Fuente: CORAPE 2011

Con estos detalles es evidente que la “red informativa” pretende fomentar la integración cultural para generar espacios que cumplan un proceso de comunicación comunitario en distintos ámbitos y así fomentar reconocimientos como el trabajo colaborativo, mayor cobertura, interacción e interactividad a nivel local, regional y nacional.

Las radios rumberas en cambio, a pesar de tener un carácter comercial, rinden culto a la música de consumos de masas. Esta radio no está ligada a las redes comunitarias; por su carácter comercial estas radios no poseen una información de tipo político- ideológico; sino que su propósito principal es entretener al público en los momentos de ocio. En este sentido las noticias son transmitidas de forma ligera y se difunde noticias vinculadas con los artistas que forman parte de la farándula musical.

Es de destacar que estas radios cubren la mayoría del consumo ecuatoriano, pues solamente 0,2 % de radios y 0% de televisiones corresponderían al sector comunitario propiamente dicho en el Ecuador. A pesar de la vocación comunitaria de muchas de ellas, y debido a las restricciones previstas en la ley para el sector comunitario, la gran mayoría de radios en el Ecuador opera en el sector privada⁴³

La radio “la rumbera” (99.7) en Quito se maneja de forma privada y dedica algunos espacios para la difusión de géneros como la tecnocumbia, que actualmente es uno de los géneros musicales más consumidos en el país. “La tecnocumbia no es un género musical del todo homogéneo. Existen diferentes formatos en torno a la instrumentación y, sobretudo, a los arreglos musicales, pero es la base rítmica la que de alguna forma define el agrupamiento de las canciones compuestas bajo este formato. Es decir, es sobre los cimientos de la cumbia clásica más la incorporación de instrumentos como el sintetizador, tumba y batería electrónica, de donde surge este híbrido conocido actualmente como tecnocumbia. Además, este género se ha apoyado en otros ritmos de la región para su masificación y aceptación.”⁴⁴

Artistas de tecnocumbia como Hipatia Balseca, Azucena Aymara, Widinson, etc.; son promocionados en varios espacios de la radio y cuentan con un alto nivel de difusión. De la misma manera son promocionados en varios espacios televisivos de los canales

⁴³ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Análisis del Desarrollo Mediático en el Ecuador 2011. Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, Quito Ecuador 2011.

⁴⁴ SANTILLÁN, Alfredo, RAMÍREZ, Jacques. “Consumos culturales urbanos: el caso de la tecnocumbia en Quito”, revista Íconos N18 FLACSO Ecuador, Quito, 2004, pág. 44

nacionales de UHF, lo que evidencia que los medios brindan apertura a este género. Es de señalar que la mayoría de estos artistas también están vinculados a SAYCE, por lo tanto, muchos de ellos adquieren beneficios económicos de su constante difusión.

En este sentido existen también más promotores y productores quienes apoyan los ritmos musicales de las regiones nacionales, “aunque ésta se construye ya no tanto en relación con la valorización de la música “propia del Ecuador” y al rescate de la “ecuatorianidad” desde sus raíces musicales, sino a la importancia de que estos artistas “sean ecuatorianos” y por lo tanto merecen el elogio del público por el apoyo que se debe dar a todo representante nacional, en este caso los artistas.”⁴⁵

De esta forma, la tecnocumbia al igual que otros géneros musicales sonados en las radios rumberas adquieren importancia no por el hecho de ser música ecuatoriana, sino por el hecho de ser interpretado por cantantes ecuatorianos quienes aportan con los contenidos locales, los cuales garantizan la ecuatorianidad de sus composiciones musicales.

De la misma manera la incorporación de las lógicas de producción cultural en las radios rumberas han generado circuitos hegemónicos de producción artística, donde se adapta los valores y prácticas propias que corresponden al campo musical, manteniendo una firme adscripción de una localidad, la cual reconstruye como espectáculo aspectos de la vida cotidiana de las personas. Por lo tanto estas radios rumberas generan un consumo musical más amplio donde las canciones difundidas apelan una autenticación de lo popular y lo nacional.

2. La televisión nacional

Desde el aspecto televisivo, “La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes (de la mayoría) de la población. Pero al privilegiar los sucesos y llenar ese tiempo tan escaso de vacuidad, de nada o casi nada, se dejan de lado las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos.”⁴⁶

Bourdieu por medio de esta cita plantea que la televisión es uno de los medios más poderosos a nivel global, ya que posee un mayor grado de influencia sobre los espectadores, en este sentido la imagen construida en la televisión se ha transformado

⁴⁵ IBID, pág. 49

⁴⁶ BOUDIEU, Pierre. “Sobre la televisión”, Op.cit, pág. 23

en un recurso para mercantilizar los aspectos de la vida vinculados al consumo masivo. Del mismo modo Bourdieu señala que la información que circula por televisión es parcialmente verdadera porque esconde algunos matices de la realidad, y en muchos casos construye la realidad, por lo tanto en algunos aspectos culturales la televisión cae en el sensacionalismo y en lo espectacular, dejando de lado el verdadero sentido cultural de los grupos urbanos, pueblos o comunidades.

La televisión en el Ecuador a pesar de ser el medio más masivo del país; no tiene mayor relevancia en lo relacionado con el campo artístico-cultural, sus programas son dedicados a las telenovelas, series, deportes, reality shows, entre otros afines; dejando de lado el valor artístico y cultural tanto de los pueblos, comunidades y del país en general. Por lo tanto no existen intereses colectivos que vigilen a la identidad nacional, ya que la televisión ha ido estancando la palabra cultura y somete al público al consumo mediático.

Es importante reivindicar la identidad cultural para que la televisión proyecte una información más real y relevante que permita llevar de mejor manera los aspectos e intereses culturales. Con ello también replantear el arte musical ecuatoriano, ya que en estos últimos 15 años aproximadamente la mayoría de los programas musicales han ido desapareciendo de las señales VHF y se han ido incorporando únicamente en los canales UHF como es TV hoy, televisión satelital, Teleandina canal 23, Telesucesos canal 29, etc. Canales que cuentan con espacios variados de programación musical en distintas tendencias musicales.

Uno de los casos más relevantes dentro de esta señal UHF en el canal Telesucesos, se encuentra el programa 10/10. Un programa dedicado exclusivamente al arte musical ecuatoriano; que proyecta géneros como la música chicha y la tecnocumbia. Este programa lleva más de 25 años en el aire y es conducido por Luis Ernesto Terán quien difunde programas pregrabados desde su domicilio y también se dedica a la producción videográfica de los artistas nacionales.⁴⁷

La iniciativa colectiva de artistas y productores la tecnocumbia se transforma en “un fenómeno” que está enmarcado principalmente en una estética de las clases populares. Tal estética se caracteriza por presentar en el escenario un show en vivo con baile

⁴⁷ Video del programa La Televisión de la fecha 2009- 07- 05, en la página web http://www.tvecuador.com/index.php?option=com_reportajes&view=showcanal&id=1098. Revisado el 20 de agosto de 2011.

incluido, en donde los y las artistas se presentan acompañados/acompañadas de coreografías -realizadas sobre todo por mujeres- basadas en el uso de un vestuario predeterminado que posibilita la exaltación de ciertos atributos corporales”⁴⁸. De la misma manera la mayoría de estos videos que se difunden en la TV cuentan con un bajo presupuesto, pero el afán de los productores es reflejar la alegría y el humor que tienen los artistas al promocionar su música a través de los videoclips.

Hasta la actualidad 10/10 forma parte de un fenómeno nacional, ya que la “cultura marginada musical de los pueblos” tal como describe Luis Ernesto Terán refleja la vida, el sufrimiento, el amor y la alegría de los sectores más pobres del país. Luis Ernesto Terán señala además que en sus inicios estos géneros musicales tenían espacios muy reducidos para la difusión, pero con el tiempo gracias a las gestiones realizadas por los mismos artistas y al auge de promotores, estos géneros musicales se han ido involucrando poco a poco en los medios masivos de comunicación.

Muchos de estos artistas del mismo modo se fueron vinculando a la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE), con el fin de que sus creaciones musicales sean reconocidas dentro del campo de la música nacional y del mismo modo en la difusión masiva de los medios de comunicación. Además en el caso de algunos artistas, su trabajo constante los llevó a convertirse en íconos musicales como es el caso de Máximo Escaleras, Hipatia Balseca, Jaime Enrique Aymara, Gerardo Morán, Ángel Guaraca, entre otros. Quienes viven de sus producciones artísticas- musicales, ya que cuentan con una constante difusión en los medios radiales y en algunos espacios televisivos.

De la misma manera estos artistas ya nombrados gestionan varias giras musicales dentro del país y en el exterior. En países como EEUU, España e Italia; donde se concentra la población migrante del Ecuador y donde la concurrencia es de alto nivel debido a que muchos migrantes sienten vivir la cultura musical ecuatoriana en sus espectáculos.

Por otro lado es importante señalar la presencia del canal 44 en la señal UHF conocido como Canela TV, este canal, al igual que radio canela, difunde noticias e información vinculadas al entretenimiento nacional e internacional. Por lo tanto existen varios espacios de programación enfocados para entrevistas y presentaciones en vivo con el fin de dar a conocer la trayectoria y el talento con el que se desenvuelven los artistas

⁴⁸ SANTILLÁN, Alfredo, RAMÍREZ, Jacques. Op.cit, pág. 44

nacionales e internacionales, quienes aparecen como invitados en los distintos espacios de la programación diaria del canal.

De la misma manera se encuentran espacios enfocados a la programación de videos musicales como es el programa “música para ver”; donde pone énfasis a los videoclips de música romántica, música tropical y música reggaetón. En este espacio se trasmite algunos videos de artistas nacionales como es el caso de Fausto Miño, Jorge Luis del Hierro, Juan Fernando Velasco, Candela y Son, Johnny Lexus, Israel Brito, entre otros; quienes interpretan la música que actualmente responde a la moda proyectada por el mercado musical, logrando posicionar su arte en varios espacios de programación de los medios de comunicación radiales y televisivos.

“Por lo tanto, nuestro interés hacia los problemas que podríamos llamar en general “socio musicales” responde a que estos estarían inevitablemente ligados a una particular crisis histórico- cultural de la experiencia musical. Tanto si observamos desde el punto de vista de la producción como él desde la difusión y de la recepción...Hasta hace relativamente poco tiempo, ciertas culturas musicales definían el sentido y el valor de la música en base a niveles inmanentes, internos a la propia obra, y pensaban que “el sentido” de la música solo podía ser comprendido a través de un acto de inmediata participación por parte del oyente.”⁴⁹

Con estos aspectos se puede entender que muchos artistas que se posicionan en los medios de comunicación buscan estatus y enriquecimiento, por lo tanto a pesar de que existen distintos espacios en los medios de comunicación, también existe barreras para otros artistas que difunden su música en bajo porcentaje, ya que los medios de comunicación no cubren totalmente otras expresiones artística- musicales por hecho de que otros estilos musicales no responden a lo que demanda el mercado musical y por tanto no genera riqueza. Los medio de comunicación, especialmente la televisión, tienen un ejercicio y desarrollo empresarial, la música al igual que cualquier otro tema son mercancías que si no generan ganancia para los dueños de los medios, no tienen aceptación.

Sin embargo, por medio de la autogestión varios grupos culturales han podido incorporarse en los medios de comunicación; unos con más fuerza, otros con menos fuerza. Pero el objetivo principal de muchos artistas es vincularse al público y a los

⁴⁹ ADELL, Joan- Elies, “La música en la era digital”, editorial Milenio, San Salvador, 1998, página 26.

medios para que su música pueda tener un grado aceptable de difusión. Por lo tanto, a pesar de que unos tienen más espacios que otros, muchos artistas buscan promocionar su música en micro espacios con el fin de generar arte musical que aporte en la práctica cotidiana tanto en el lenguaje y la cultura.

3. Producción musical y estudios de grabación, del comercio a la autogestión.

En este punto es importante plantear algunas lógicas enlazadas a la producción musical para conocer de mejor manera el manejo conceptual que los artistas nacionales tienen para elaborar sus trabajos musicales. Es así que “Cada elemento de grabación (tal como las percusiones, las guitarras, la línea de bajos, etc.) puede ser accesible a la manipulación digital mediante el *sampler*. De este trayecto también se puede deducir que los productores y los ingenieros de sonido pueden hacer discos con los músicos ausentes, incluso muertos, como ha sucedido con los casos de los Doors y Jim Morrison, con Queen y Freddie Mercury y con los Beatles y John Lennon. Su papel, pues, cada vez es más importante y decisivo.”⁵⁰

Las nuevas tecnologías han facilitado nuevas posibilidades para la producción y circulación discográfica, ya que algunos artistas graban sus maquetas desde su propia sala de ensayos, donde incorporan las herramientas informáticas con los respectivos programas que conciernen a la grabación y edición de audio. Elaborando de esta manera un material sonoro que abarca la promoción de determinados singles, mediante una forma casera; pero el propósito es la elaboración de demos y EPS para la respectiva promoción dentro de los medios, sobre todo radiales.

En el caso de la banda de rock cuencano; “Basca” en el año de 1997 lanzaron su demo Hijos de..., en un estudio que no brindaba la posibilidad de grabar profesionalmente, por lo tanto la grabación y la reproducción fueron costeadas con el apoyo de un par de amigos. Pese a estos antecedentes debido al contenido lírico centrado en la problemática social el material promocional tuvo acogida, ya que se vendieron varios ejemplares en la ciudad de Cuenca y después tuvieron que reproducir más copias para una circulación más amplia a nivel nacional. Pese a ser criticados por su baja calidad de sonido por varias revistas especializadas en rock, el demo tuvo acogida y fue remasterizado por la productora “Subterra Records”; para transformarle en el primer álbum oficial del grupo,

⁵⁰ IBID, pág. 77

el cual hasta la actualidad es considerado una de las obras más importantes del rock ecuatoriano.

En la actualidad con mejor calidad de sonido, Basca se ha ido convirtiendo en ícono del heavy metal ecuatoriano, ya que en estos últimos años su trabajo discográfico titulado Resucita aparece con una mejor calidad sonora, ya que fue grabado y masterizado de forma profesional en EQ Studio de la Corporación Cultural Ecuador. Productora que ha apoyado también a bandas de estilo heavy metal como es Metamorfosis y Viuda Negra.

Este antecedente deja en claro que grabar música profesionalmente es limitado, ya que los recursos tecnológicos y económicos son escasos para la mayoría de artistas; son muy pocos los que tienen la posibilidad de producir en estudios con renombre. Por esa razón a partir del año 2002 hasta el año 2004, se han ido incorporando varios estudios de grabación profesional con el propósito de seguir promoviendo la difusión musical en los medios de comunicación.

De esta manera la música en el Ecuador “puede ser concebida como un discurso dotado de sentido y significado. Para los musicólogos tradicionales y para la estética musical la cosa es bien sencilla: si el sentido y el significado de la música se encuentran separados y desvinculados de manera significativa del proceso social, al ser productos de una experiencia interna y personal, esto significa que cada significado social atribuible a la música dependerá de una referencia externa al mundo social.”⁵¹

Uno de los estudios de grabación más destacados en el Ecuador actualmente es “La Increíble Sociedad”, el cual ha producido profesionalmente a bandas nacionales de rock alternativo como es Can Can, Mamá Vudú y Mundos Paralelos. Este estudio cuenta con un óptimo espacio y equipamiento; ya que su función se basa en la prestación de servicios profesionales, por lo tanto cuentan también con otros servicios como el de la producción audiovisual y la animación 3D.

Hace poco en La Increíble Sociedad se grabó y se produjo el disco reciente de la banda Can Can titulado Caos, de la misma manera actualmente la banda Veda se encuentra grabando su nuevo EP. De la misma manera se encuentra presente Producciones Zapata y JB Producciones que son estudios de grabación ligados al programa 10/10, por lo tanto ambos estudios de grabación se dedican a producir exclusivamente a los artistas nacionales que componen los estilos como la música chicha y la tecnocumbia.

⁵¹ Ibid, pág. 36

Por un lado Producciones Zapata se encarga de la grabación de materiales sonoros con el fin de promocionar a los artistas dentro de las emisoras radiales, este estudio de grabación está ligado directamente con Radio Galaxia y Radio Sideral de la frecuencia AM. Mientras que JB Producciones se encarga de promocionar exclusivamente a nuevos artistas a través de conciertos y su propósito es organizar espectáculos continuos para financiar las producciones correspondientes a los videoclips.

Se encuentra también presente estudios GRABA, el cual se centra en la producción de música tradicional. En este estudio se grabó el álbum Yangana del conjunto musical Mancero Trío, el cual es considerado por elaborar música poscolonial y que pretende a través de su arte expresar la poscolonialidad como parte de la identidad cultural nacional. Por lo tanto su contenido musical está presente desde el contexto “ecuatoriano contemporáneo”, fusionando varios estilos tradicionales como es el San Juanito, el Yaraví, el Yumbo y los Pasillos.

En este sentido es evidente que la producción musical tiende a crecer, ya que surgen cada vez mas talentos musicales los cuales crean también “tres universos de gustos que corresponden en gran medida con los niveles escolares y con las clases sociales: el gusto legítimo (el gusto por obras legítimas) (...) el gusto “medio” (que reúne las obras menores de las artes mayores) (...) y por último el gusto “popular” que en su estudio está representado lo que se considera “la elección de las obras de la música llamada “ligera” o de música culta desvalorizada por la divulgación (...) y sobre todo, por la elección de canciones totalmente desprovistas de ambición o de pretensión artísticas”⁵²

Esto ha permitido la existencia autónoma de grupos culturales quienes fomentan su producción musical independientemente del mercado formal, por lo tanto la producción musical en el país es amplia, ya que está presente también en los micro-espacios que pretenden gestionar un arte musical fuera de la cultura del consumo. De esta manera se insertan también estudios de grabación especializados en producir géneros que abarcan la música underground o conocida también como música subterránea, la cual se opone a ser vista como parte de la moda.

Por lo tanto existen también estudios de grabación ubicados en los espacios periféricos de la ciudad como es Arcanus Records quienes grabaron y produjeron hace poco tiempo atrás el nuevo trabajo discográfico de la banda Muscaria titulado como “Violenta

⁵² BOUDIEU, Pierre “La Distinción de Criterios y bases sociales del gusto”, editorial Taurus, México DF, 1998, página 13

Victoria”, el cual es el quinto álbum de esta banda, tras haber cumplido 14 años en la escena del rock ecuatoriano.

Por otro lado existen otros estudios de grabación más nuevos, uno de estos casos es Alianza Records quienes están centrados por la producción de la música rap, el hip hope y el reggae, este estudio actualmente está produciendo a artistas que se encuentran en boga y su propósito es conservar la esencia underground de los artistas, por lo tanto busca plasmar la producción musical fuera del consumo masivo. Apareciendo así distintas concepciones donde La música tiene un “significado” que puede ser influido por un conjunto de aspectos sociales pero, en un nivel mucho más profundo.

Los estudios de grabación al igual que programas radiales son el reflejo de las necesidades que buscan mantener viva la cultura musical que se promueve en el país.

4. Tipos de consumo musical: el caso del barrio de Solanda al Sur de Quito

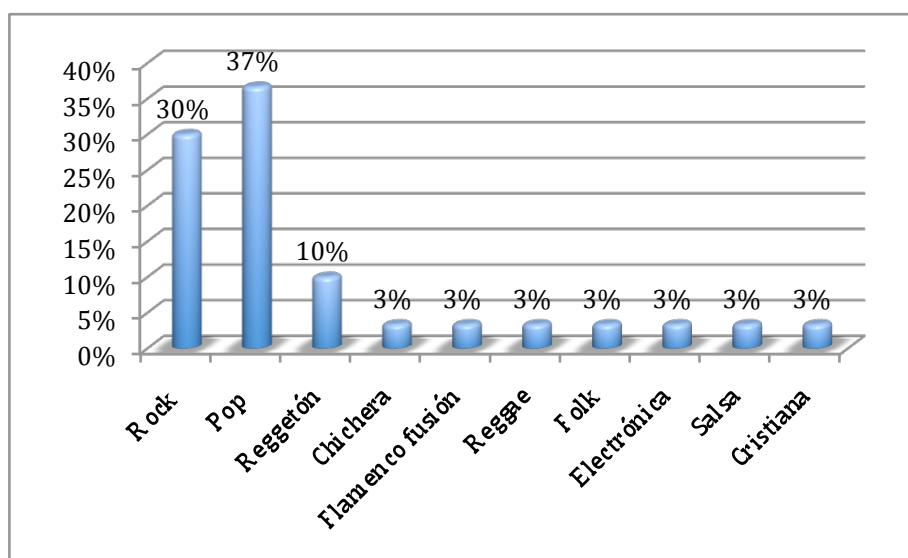
Para analizar más detalladamente los tipos y las formas de consumo musical, se aplicó una encuesta a un grupo del barrio de Solanda, específicamente en el sector conocido como la “J” en donde se ubican plazas comerciales al igual que varios lugares de entretenimiento. La intención de aplicar esta herramienta metodológica en este barrio, alude a que se trata de un espacio popular de la capital en donde confluyen varios movimientos culturales que manifiestan diferenciados gustos por la música.

La encuesta consistió en seis preguntas acerca del género musical de preferencia, los lugares donde escucha y adquiere música, así como conocimiento y preferencias de artistas ecuatorianos. Se llevaron a cabo 40 encuestas, mayoritariamente a población joven entre los 20 y 30 años de edad, con un nivel de formación secundario y universitario, así como un nivel socioeconómico medio.

Los resultados de la encuesta arrojan la siguiente información:

En cuanto a las preferencias de género musical, los jóvenes de Solanda señalan que en su mayoría escuchan Pop con un 37%, seguida por el rock con un 30% y reggetón con un 10%, proporcionalmente después encontramos otros géneros como chicha, reggea, electrónica, salsa, etc. Así lo muestra la tabla a continuación:

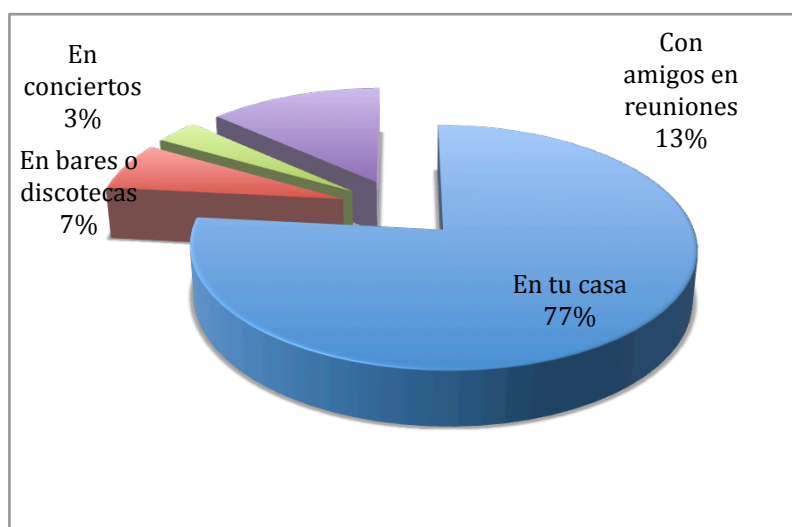
Preferencia musical por género



Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011.

El lugar más frecuente para escuchar música elegido por los entrevistados es la casa, lo que se relaciona con la musicalización de la vida descrita anteriormente de acuerdo a Lipovetsky, para quien escuchar música ha dejado de ser una acción colectiva dada en un espacio específico como en salones o espectáculos particulares (como en el caso de otras artes como el teatro) a ser una actividad privada que se puede realizar todo el tiempo, en los distintos espacios del ámbito de la vida cotidiana. Es así que el 77% de las personas escuchan música en sus hogares, seguido de un 13% que lo hace con amigos en privado, un 7% en bares y solamente un 3% en conciertos y espectáculos público, esta información puede observarse mejor en el gráfico a continuación

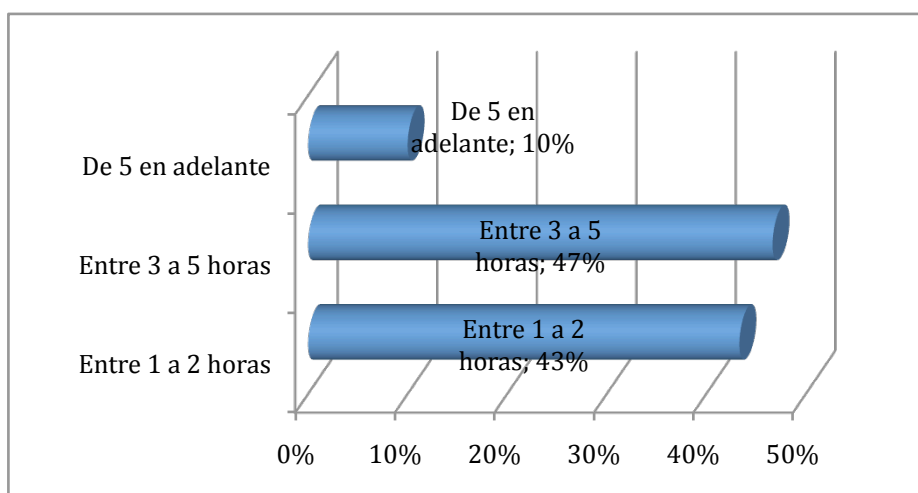
Lugar más frecuente para escuchar música



Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011.

En este mismo sentido, al ser la música una actividad cotidiana y de vida privada de las personas, se puede evidenciar como el número de horas que las personas entrevistadas invierten en escuchar música es muy alta, lo que evidencia que la música acompaña las distintas actividades diarias que las personas realizan. Ello dice mucho del tipo y proporción del consumo musical que las personas realizan, quienes afirman oír entre 3 y 5 horas diarias (47% de los entrevistados), seguido de un 43% que afirma escuchar música entre 1 a 2 horas diarias y solo un 10% más de 5 horas.

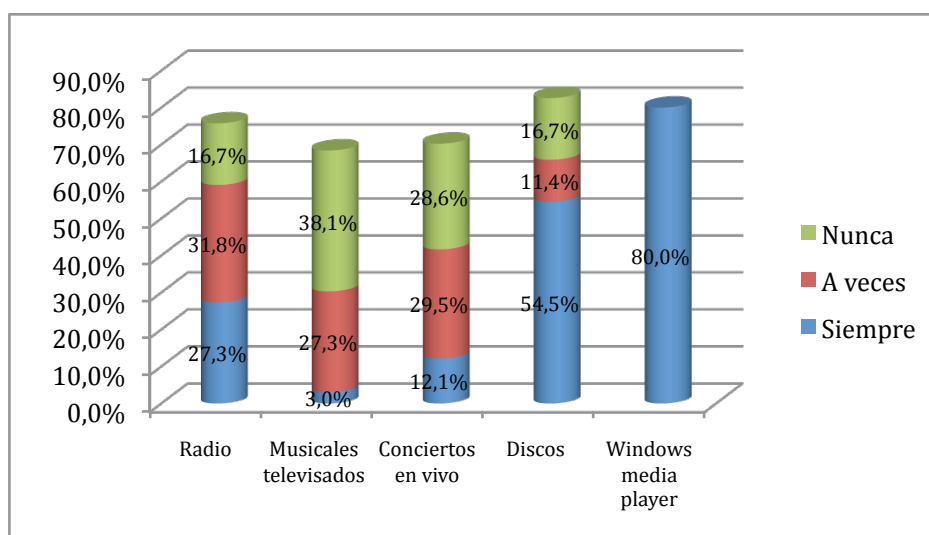
Número de horas diarias que se escucha música



Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011.

El número de horas diarias invertidas en oír música indica que las personas hacen un alto consumo de este bien simbólico, ya sea a través de la compra de música directamente o del consumo de medios de comunicación específicos. En el siguiente gráfico, se puede observar justamente que un 59% de gente escucha la radio siempre y a veces, así mismo otro 54% afirma adquirir discos siempre. Llama la atención que el 80% acede a música por medio de internet, mientras que los musicales televisados así como los conciertos son los menos frecuentes, con un 38,1% y un 28,6% respectivamente que nunca acceden a música por estos medios. Esta información se detalla a continuación:

Medios de acceso a la música



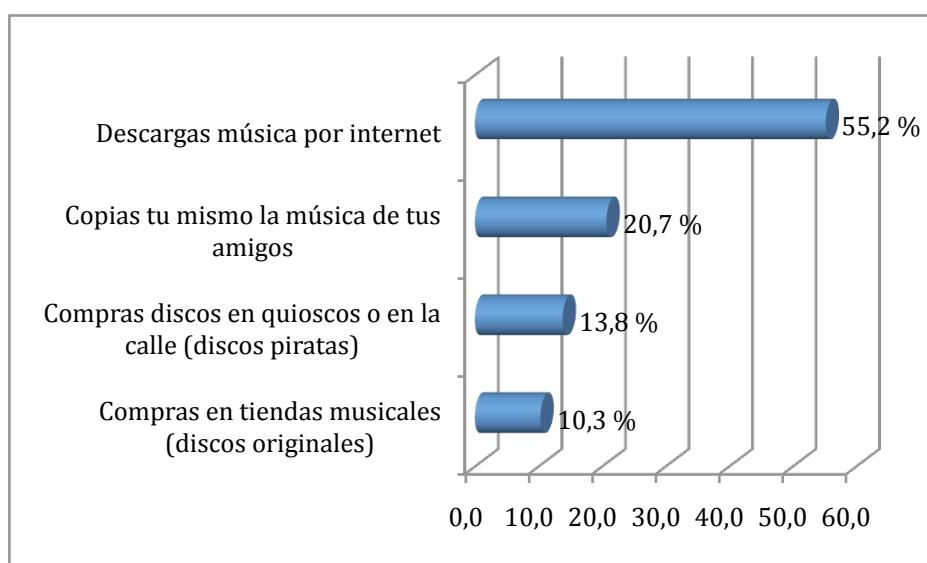
Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011.

De esto se puede deducir, que hay canales o medios específicos para la música, tal es el caso del internet principalmente, la radio y los discos, mientras que otros medios no se relacionan con el consumo musical como ocurre con la televisión, que se presenta como un medio poco musicalizado, posiblemente por el acceso a nuevas tecnología como el internet, que hace que la gente vea videoclips en las pantallas de sus computadores, que antes de su existencia eran visto por TV.

Esta información se acompaña de la respuesta que los entrevistados dan cuando se les pregunta cuál es la acción más frecuente para proveerse de su música favorita: comprar discos en kioscos en la calle (piratería), comprar en tiendas musicales (discos

originales), copiar música de amistades o descargar música por internet. Ante lo cual el 55,2% de las personas dice descargar música de internet, seguido de un 20,7% que copia música de sus amigos haciendo uso también de las tecnologías informáticas, además, un 13,8% compra discos piratas, y solamente un 10% adquiere discos originales.

Formas de consumo musical



Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011

Finalmente, es de destacar que la producción musical nacional es muy amplia, así como el gusto de los consumidores, como se muestra en la siguiente tabla, los entrevistados citaron a más de 80 artistas y bandas nacionales de su conocimiento y agrado. Esto pone en evidencia que el campo de producción musical compone un universo bastante amplio, en que aparece artista de renombre y con mucha mediatización, pero también compositores pequeños e incluso anónimos en la escena pública. Así mismo, los géneros de los gustos señalados por los encuestados presentan una gama muy amplia.

Artistas musicales de mayor agrado

GRUPO/CANTANTE	No.	%
Luis Rueda	5	6,2
Zuchos del Vado	2	2,5
Los Recienmuertitos	1	1,2
Jaime Guevara	2	2,4
Los nietos	1	1,2
Sobrepeso	1	1,2
Curare	1	1,2
Sal y Mileto	2	2,4
Kunta Sativa	1	1,2
Alma Rasta	1	1,2
Sudakaya	2	2,4
Daniel Betancur	6	7,4
Pamela Cortez	1	1,2
Hugo Idrovo	1	1,2
Cruks n karnak	1	1,2
Contravía	1	1,2
Rocola Bacalao	2	2,4
Tomback	3	3,7
Siq	1	1,2
Alicia se tiró por el parabrisas	1	1,2
Guanaco	1	1,2

Lascivia	1	1,2
Paraíso Puma	1	1,2
Mecánica Espontánea	1	1,2
Pies en la Tierra	1	1,2
Can Can	3	3,7
Tanque	1	1,2
Israel Brito	1	1,2
Juan Fernando Velasco	5	6,2
Tercer Mundo	1	1,2
Margarita Lasso	1	1,2
Mireya Cesa	1	1,2
Trío colonial	1	1,2
Basca	2	2,4
Total death	1	1,2
Jaime Enrique Aymara	1	1,2
Gerardo Morán	1	1,2
ATNAS	2	2,4
Viuda negra	1	1,2
Biorn Borg	1	1,2
Papa chango	1	1,2
Chaucha kings	1	1,2
Fausto niño	1	1,2
La grupa	2	2,4
Takijana	1	1,2
Mugre sur	1	1,2

Rock vox	1	1,2
Mamá vudú	2	2,4
Danilo Parra	1	1,2
Jorge Luis del Hierro	3	3,7
Ninguno	1	1,2
Canora	1	1,2
Escuadrón186	1	1,2
TOTAL	81	100

Fuente y elaboración: Antonio Pérez M. 2011.

Los resultados globales de la encuesta, muestran la tendencia descrita a lo largo de esta investigación por una parte, el acceso a música original, es decir la que cuenta con los permisos de derechos de autor es muy limitada actualmente por su elevado costo, lo que incide no solo en la forma de consumo sino además en la de distribución del producto. Por otra parte, es evidente que las nuevas tecnologías informáticas han impactado de manera muy importante las formas en que se produce, de distribuye y se consume las obras musicales.

Capítulo III

Análisis descriptivo- comparativo- explicativo de las vivencias y percepciones de los artistas nacionales respecto a la producción musical nacional

Casos: Máximo Escaleras, Jaime Guevara y Miguel Regal

Rocola, Rock-protesta y Pop

El presente capítulo recoge algunas percepciones respecto de la producción musical en nuestro país, realizadas por tres representantes de distintas tendencias musicales en la escena nacional. Se conocerá a profundidad a Jaime Guevara, Máximo Escaleras y Miguel Regal con sus visiones sobre SAYCE y los Derechos de Autor en el Ecuador.

Así, se muestran los criterios de estos artistas de rock protesta, rocola y pop respectivamente; en base a investigación de fuentes secundarias, pero sobre todo en base a entrevistas a profundidad con los artistas en cuestión. De esta forma, el capítulo pone en evidencia de manera directa las voces de estos cantautores.

Finalmente se muestra un análisis comparativo de los tres casos y de las percepciones sobre su relación y criterios con SAYCE y los Derechos de Autor.

- Percepciones acerca de la gestión de SAYCE en torno a la producción musical nacional
- Experiencia de los artistas en torno a los derechos de autor
- Relación de los artistas con los medios de comunicación

Estos apuntan a determinar las particularidades para determinar los géneros y artistas que selecciona SAYCE para la producción y difusión. Además permitirá avizorar los criterios con los que se incluyen o excluyen a los géneros musicales en los medios de comunicación.

Para cumplir estos propósitos se trabajaron entrevistas a profundidad que serán útiles para un análisis de discurso y para realizar un cuadro comparativo de los parámetros anunciados, que hagan posible determinar las consideraciones para producir, circular y comercializar el arte musical y evidenciar el papel de SAYCE

en este circuito.

Máximo Escaleras:

Autor, compositor e intérprete, proveniente del cantón: Puyango- Alamor (Provincia de Loja) – Ecuador; sus inicios artísticos se dieron en Quito en el año 1.988 con su primer éxito "Cargo de Conciencia" de su propia autoría.

En 1.989 lanza su primer álbum larga duración titulado “Rockolita de mis Penas” dándose a conocer a nivel nacional e internacional. Para el año de 1.990 se destaca con sus éxitos titulados "niña de mis sueños y semana de amor" En el año 1.991 sus canciones "Colegiala de mi amor" y "Voy a llorar" ubicaban a Máximo Escaleras como favorito del público, aceptado y difundido en los medios de comunicación.

Sería largo enumerar las producciones discográficas de Máximo Escaleras, ya que cuenta con más de 25 discos de 45 revoluciones por minuto, 5 discos de larga duración y 23 producciones en el país en cd's y 3 dvd's bajo la etiqueta de Nathaly Record's y en el Perú cuenta con 6 producciones de la casa Musical Rosita.

De la misma manera en Estados Unidos “la casa musical ecuatoriana” le ha distribuido varios discos y dvd's. En España la empresa Latín Disc también forma parte de la distribución de cd's y dvd's en versiones especiales que hacen honor a todos los migrantes ecuatorianos que viven fuera del país.

Las canciones que siguen latentes en el corazón de sus seguidores son "El divorcio", "Tan mía", "Ruego de amor", "Cuando los hijos se van", "Nos queremos", "La secretaria y el jefe", "El teléfono", "Llámame", "Debería odiarte", "Este bolero", "De niña a mujer", "Primera ilusión", "El celular (el ayjuepuchicas)", "El metido", "Príncipe a mi modo". Temas que han ido marcando un antes y un después en su vida artística. Con su larga trayectoria Máximo Escaleras se ha convertido en autor, compositor e intérprete del "Himno a los Migrantes". Canción que fue entregada a todos los ecuatorianos que se encuentran fuera del país y que fue parte de su repertorio en una gira de 43 conciertos por EEUU y Europa.

En el 2006 su producción rompe con todos los esquemas ya que Máximo Escaleras canta en cada rincón de su querido Ecuador donde es merecedor de muchos homenajes, premios, reconocimientos de su álbum con 10 temas.

En el 2007 continuado con la interpretación en familia aparece el álbum #23 titulado “Como flor en el Jardín” donde se destacan temas como: alma de artista, a mi amor nunca le temas, te miro ya tengo un hijo varón, me hieren tus recuerdos, yo soy el padre de todos; pasillos inolvidables como: quiero ser feliz contigo, alma lojana, por siempre juntos, encargo que no se cumple, yo sin ti, deje mi tierra deje mi hogar cantados e interpretados todos por Máximo Escaleras.

Considera que sus composiciones musicales son el reflejo de la identidad ecuatoriana, ya que explica que ritmos como lo rocolero, la cumbia, el pasillo y el albazo forman parte de la composición melódica de la música nacional, plantea además que sus letras reflejan en gran porcentaje lo ecuatoriano, debido a que describe que su música surge del corazón basado en las vivencias de muchos compatriotas quienes no están presentes en el país, por lo tanto describe que sus composiciones musicales son el reflejo de esas añoranzas de los ecuatorianos quienes viven lejos de su hogar.

En cuanto al lado legal este artista manifiesta ser miembro Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE), ya que resalta ser “autor y compositor”, y considera que la entidad ha trabajado eficazmente los aspectos que defienden y protegen al autor. Por lo tanto mira a SAYCE como aquella entidad que vela al compositor a través de su representación, manifestó de la misma manera que se sintió respaldado y protegido por SAYCE en aspectos asociados a las malas publicaciones realizadas por los medios de comunicación. Del mismo modo aclara que ha pertenecido por más de 20 años a SAYCE y califica de muy buena a la asesoría brindada por la entidad, ya que ha observado resultados positivos que le han ayudado a llevar íntegramente su carrera musical.

En estos dos últimos años a pesar de estar un poco alejado de la entidad participa de algunas sesiones y hace votos cuando se opone a aspectos que siente no estar de acuerdo, pero define que la entidad no ha generado inconvenientes graves que perjudiquen al artista, por lo tanto dice que se siente representado, ya que piensa que

“sin compositores no habría cantantes y no existiera música”.

Por otra parte, este artista sostiene que quienes conforman SAYCE son aquellos compositores que han logrado una buena gestión artística- musical porque aclara que existe en nuevos artistas una particularidad en la composición musical, señala de la misma manera que la mayoría de sus compañeros quienes pertenecen a SAYCE han plasmado composiciones originales que no tienen ningún parentesco a creaciones anteriores.

En cuanto a la difusión, sostiene que sus canciones suenan regularmente en los medios masivos, tanto locales como nacionales. Pero manifiesta algo de inconformidad con los medios de comunicación, ya que aclara que estos medios no logran una difusión del 50 % al artista nacional y añade que es importante que los medios de comunicación difundan 50% de producción de artistas nacionales y el otro 50% para la producción de música internacional, piensa que a más de generar ganancia al artista; también ganaría el país, debido a que siente que en esos aspectos se fortalecería la identidad cultural.

Señala que su gestión artística le ha permitido posicionarse en los medios ya que manifiesta que las radios le invitan continuamente al igual que los programas de televisión. Resalta que la música debe estar bien hecha para que los medios logren difundir al 50% la música ecuatoriana, considera además que quienes pertenecen a la sociedad de autores ocupan un lugar importante en los espacios donde se programa la música ecuatoriana. Del mismo modo, afirma que ningún género musical es excluido, de SAYCE y los medios, simplemente cree que la música se rige a las programaciones establecidas por los medios de comunicación.

En cuanto a Derechos de Autor considera que para evitar la violación de dichos derechos debe existir más control para evitar la venta ilegal de las obras musicales y expresa que es inapropiado que otra gente sobreviva vendiendo su música, pero de este modo señala que se debe hacer discos de buena calidad y venderse a precios cómodos para evitar la venta ilegal de música.

Finalmente señaló que la constancia es importante para que los artistas alcancen un buen nivel de audiencia. Y aclaró que se debe dejar de presumir la superioridad por los géneros musicales, resaltando de que todos somos diferentes y que esas diferencias se deben aprovechar para que exista originalidad en la creación artística- musical.

Señala, además que en la cultura musical ecuatoriana debe existir un respeto mutuo como parte de don de la vida para que la cultura de la música sea reconocida y captada internacionalmente. Finalmente añadió que toda originalidad es esencial para que la música tenga un estilo único que le resalte al artista.

En cuanto al contexto de la canción “chupate la plata” expresó primeramente que la versión original fue escrita por un compositor lojano llamado Orlando Cumbuguaincha e indica que esta canción enfoca la realidad social de aquella época en la que existían inconvenientes y problemas relacionados con el dinero fruto de las crisis económicas por las que ha atravesado el país. Al mismo tiempo considera que esta canción viene a constituirse en un tema donde la gente expresa el goce por tener dinero.

Jaime Guevara:

Jaime Guevara (Quito, 1954) es un cantautor ecuatoriano, ícono de la trova urbana quiteña, conocido por sus canciones con ritmos que van desde el rock y el blues a la música folclórica. Sus composiciones musicales se basan en el contexto político-cultural, ya que se considera defensor de los Derechos Humanos, la no violencia, y crítica al poder político a través del humor corrosivo.

Desde su juventud se adhiere al pensamiento político anarquista. Si bien se identifica con el rock, con la trova; con la letras de lo “urbano cotidiano” con la “protesta social”, Jaime Guevara en particular trata de no encasillarse en géneros musicales cerrados por lo que ha desarrollado una fusión, con lo mencionado, características de sus composiciones musicales.

Es conocido como "El Chamo Guevara", un apodo de su juventud, o como “el cantor de contrabando”, debido al nombre de su disco símbolo, que marcó la historia del rock nacional. Sus presentaciones nacionales e internacionales suman centenares, mostrando un gran número de recitales en teatros y escenarios populares.

Es un referente del rock ecuatoriano, y es, junto a Héctor Napolitano y Hugo Hidrovo, el mayor trovador de cotidianidades populares urbanas de Ecuador.

En los 70: inicio en el rock: se inició públicamente en la música en el año 1973, por

animación de unos amigos, tocando en festivales juveniles de rock. Luego fundaría en la misma década el grupo de rock clásico La Banda Azul, en la que interpretaba traducciones al español de temas de Led Zeppelin o Black Sabbath, en tiempos cuando el rock se cantaba sólo en inglés, este grupo musical duró tres años.

En estos años se gana el apelativo de "El Chamo" apodo que le pusieron sus amigos roqueros en los setenta por ser en ese entonces el más joven del grupo. En 1978 fue su primera acción de activismo social, al cantar en los barrios y en las barricadas formadas durante la fuerte protesta popular que se produjo en Quito y otras ciudades durante el Gobierno de Oswaldo Hurtado, cuando el Gobierno ecuatoriano de entonces elevó el costo del pasaje de bus urbano (protesta conocida como: “La guerra de los cuatro reales”). Esto le inspiró a crear un repertorio cuya temática principal sea los conflictos sociales y el recuerdo de los caídos a manos del autoritarismo.

Al iniciar la década de los ochenta Jaime Guevara se vincula al movimiento de “la nueva canción ecuatoriana”, su característica y aporte principal a este movimiento fue en su insistencia en presentar obras propias, a modo de trovador. Es durante este tiempo que adquiere el ritmo (rock/folckor) y letra (caricaturizando/denunciando a la autoridad) que lo caracteriza hasta la actualidad y por el cual es conocido por su audiencia. Suma entonces -según su propio testimonio- a sus iniciales influencias las de las coplas tradicionales ecuatorianas (carnaval de Guaranda, "sal quiteña", etc.), así como - paralelamente- los cantares de los trovadores medievales y la canción francesa (poética y satírica) de los cantores -poetas de Francia- Georges Brassens y Jacques Brel, el folk social estadounidense (Bob Dylan, Woody Guthrie). Como resultado de la asimilación de corrientes surgieron composiciones de "fusión", particularmente entre el folklore ecuatoriano y el rock, muestra de ello presentó, en 1980, el recital "Folklor progresivo-Nueva Canción", junto al grupo Amauta.

El contenido textual de sus canciones abarca creaciones infantiles, costumbrismo urbano, el amor y "retratos" de personajes y sucesos políticos los cuales ha manejado con dificultad con la policía. En alguna ocasión, su guitarra fue confiscada en calidad de “evidencia del delito” y el cantautor tuvo que desplegar una intensa campaña para recuperarla.

En otra ocasión estuvo detenido por la Policía Municipal. Es ahí donde este cantautor ha

llegado a tener alrededor de 500 canciones de repertorio. Sus canciones más conocidas son: canción del remiso (contra el servicio militar obligatorio), señor prohibicionista (sobre la represión a los conciertos de rock), Vestirás mi pantalón (acerca de un romance adolescente), Cantor de contrabando (experimentado con la fusión de sanjuanito, rock y jazz), Aprendedor apresado (Taura) (relato del apresamiento de Febres Cordero en 1987), ¡Basta de bestias! (crítica al período “democrático” reciente), Coplas de la huelga nacional (sobre las movilizaciones populares), Bandera negra (himno al ideario político anarquista), Palabras (Vengan nomás, hijueburgués) (contra las intervenciones militares de Estados Unidos), Orden superior (Vida de perros) (contra las agresiones policiales), etc.

Sus canciones han servido para la película *Entre Marx y una Mujer Desnuda* (1997) y para el documental *AVC: Del Sueño al Caos* (2007). Ha grabado un CD con las canciones de la primera producción cinematográfica (*De Contrabando*), y una recopilación de temas en directo (*En vivo 1977-1999*).

En el 2001 fue copartícipe, junto con *El Libertario de Venezuela*, de la producción del CD internacional *Notas de libertad* que es una compilación de exponentes contemporáneos de la trova anarquista, la cual tuvo luego una edición en Chile. Actualmente prepara el lanzamiento de una nueva producción discográfica (*Palabras frontales*) y de un cancionero con la letra y música de sus obras.

Jaime Guevara ha decidido auto- producir sus dos discos por cuenta propia luego de que las disqueras locales le cerraran sus puertas debido a sus actividades políticas relacionadas con los derechos humanos: Su activismo ha estado vinculado estrechamente a los familiares de desaparecidos, y organismos de Derechos Humanos, promoviendo eventos culturales y festivales de solidaridad. Se destaca en dos décadas por acompañar con su guitarra, los miércoles en la plaza grande, en la campaña por el caso de los hermanos Restrepo.

En 1996 fue parte de los creadores del movimiento *Prolibertad Artística Juvenil* y en 1997 se vincula directamente con el Servicio de Paz y Justicia para crear una comisión para conquistar el derecho a la objeción de conciencia, dónde luego de diez años de presión pudieron tramitar su propuesta en el Congreso Nacional aunque obteniendo resultados parciales.

En el 2007 en Ecuador, la novel directora Carla Badillo Coronado (1985) presentó el documental "Jaime Guevara: entre cuerdas libertarias", con duración de 30 minutos, sobre la vida y las ideas del compositor quiteño que obtuvo la 1ª Mención de Honor en el II concurso de video documental: "Ojo con la Democracia" (OCD), como parte del VI Festival Internacional de Documentales: "Encuentros del Otro Cine", realizado en Quito. El documental también fue proyectado en mayo de 2008, en el XV Encuentro Internacional de Editores Independientes y Ediciones Alternativas EDITA, en Punta Umbría, Huelva España.

En el 2008 desde Venezuela se estrenó el documental "Jaime Guevara "un cantor de contrabando contra toda autoridad", con duración de 30 minutos hace un paseo por la vida del cantautor urbano. Realizado por Any Alarcón y presentado en la II Muestra de Documentales Independientes y Videoactivismo realizada en Caracas por la Organización Nelson Garrido (ONG).

En diciembre de 1973 el cantautor Jaime Guevara empieza a guitarrear con algunos muchachos de su barrio componiendo canciones con un signo contestatario ante los valores del sistema tal como lo indica. En esa época el país atravesaba la dictadura militar en ese sentido señala que ante la dictadura respondieron con la música y con modos de expresión muy visuales, en la vestimenta y el cabello largo fueron símbolos que manifestaban sus anhelos de libertad de emancipación frente a la represión que sentían al vivir esa época. Indica además que llevaban cadenas y símbolos como el signo de la paz y que fueron mal entendidos, ya que en ese entonces las autoridades militares consideraban que los roqueros eran parte de la imitación de las culturas norteamericanas. Lejos de entender que era toda una dimensión cultural de los jóvenes del mundo.

En su análisis a SAYCE afirma que la entidad no ha protegido adecuadamente la integridad de los artistas, por lo tanto sostiene que las presidencias fueron distorsionando el papel y la razón de ser de SAYCE, e incluso narra, que llegó a conocer actos de corrupción donde extorsionaban al artista, especialmente a quien no era afiliado. En este sentido explica que muchos artistas que no tenían afiliación fueron extorsionados, debido a que fueron obligados a aportar, de lo poco que ganaban para su sobrevivencia.

Señala además que otras entidades como FENARPE (Federación Ecuatoriana de Artistas de Pichincha) en el régimen de Lucio Gutiérrez propugna una ley para que todo artista que subiera a un escenario, aporte económicamente a esta federación. De esta forma explica que los artistas tenían la obligación de dar un aporte económico a SAYCE y FENARPE correspondiente al 6% de la ganancia generada.

Indica de la misma manera, que en su caso; él también ha sido obligado varias veces a pagar ese 6% a SAYCE Y FENARPE, añadiendo que ha existido violación de los derechos humanos y acotando que es una persona común; y que por derecho no existe obligatoriedad de pertenecer a un gremio artístico- musical. Por lo tanto cree que estas entidades son aprovechadoras del trabajo ajeno e indica que el 6% no solo le exigen al artista sino a las personas quienes están involucradas en la organización de los festivales de música.

En cuanto al uso de licencias, se siente partidario del copyleft ya que considera que es el camino legal para adquirir o hacer uso del derecho de copia y señala que gracias al copyleft se puede combinar conocimientos. Por lo tanto indica que su canción “cantor de contrabando” posee esa combinación de conocimientos ya que considera que es un sanjuanito fusionado con rock donde la base de la canción esta combinada con una melodía compuesta por el grupo Altiplano de Chile.

Actualmente considera que desde el rock ha generado un asentamiento masivo, ya que piensa que la escena roquera ha ido aumentando en lugares más públicos, además señala que actualmente muchas bandas cuentan con autoría propia de sus canciones y piensa que este es un aspecto que habla bien del rock nacional. Con sus 56 años mira válido al rock que se hace en el país desde los 70 hasta la actualidad, ya que considera que en la actualidad el acceso a la tecnología ha permitido que los sonidos tengan mayor nitidez y tiene la fe absoluta de que “nuevas generaciones están palpitando los sonidos y las líricas con más fuerza”.

En el lado de los medios de comunicación plantea que son excluyentes, debido a que considera que sus leyes a veces son parte de trampas y ve que ni siquiera la música tradicional es difundida en los espacios matutinos de programación, ya que añade que la música tradicional en la mayoría de emisoras se difunde básicamente por las madrugadas. Por lo tanto desde este aspecto considera que SAYCE no realiza adecuadamente su trabajo, democratizar, difundir el arte, ya que considera que SAYCE

debe exigir la difusión de los artistas nacionales dentro de los horarios matutinos.

Miguel Regal:

Es cantautor de origen ambateño, aprendió, desde niño, a tocar la guitarra, y gracias a varias experiencias musicales desde sus 15 años; se ha desarrollado como cantante. Actualmente a sus 29 años ha emprendido su carrera artística dentro del ámbito de la música pop.

En el 2003, luego de haber participado como fundador e integrante de varias agrupaciones que tuvieron importante presencia en el ámbito local y regional, decide viajar a Madrid, en donde va a reforzar sus conocimientos de composición musical y guitarra flamenca. En el 2008 regresa a Ecuador, donde asume su vocación artística y tomó la decisión de impulsar su proyecto personal.

Es así que se promociona con su sencillo “Cuando se acaban las palabras” en el año 2009, tema que está sonando actualmente en los medios de comunicación radiales y esta canción trata del silencio cruel, desgarrador, que acompaña al final de una relación y del vacío que queda cuando ya no hay la respuesta a un “te quiero”.

Este tema fue grabado y producido en Guayaquil en estudios Borges Entertainment donde grabaron sus temas promocionales a artistas conocidos por su trayectoria musical como es Daniel Betancourt y Jorge Luis del Hierro. De la misma manera el video promocional de su sencillo fue grabado en Madrid.

El año 2010 “REGAL” no se detuvo; está preparando su trabajo discográfico. Al iniciar el 2011 aparece con el lanzamiento del sencillo “Te propongo”, trabajo de elevada calidad profesional bajo el sello de MAD HOUSE INDUSTRY, empresa conocida por producir al grupo “Papa Chango”.

En su tiraje promocional produjo 1200 copias que fueron distribuidas en el país y 500 obras promocionales para la distribución en España, añadiendo que todos como artistas deben prepararse y evolucionar a realizar cosas nuevas.

En estos últimos años a raíz del cambio de presidencia de SAYCE considera que el manejo de los Derechos de Autor va por buen camino, a pesar de que todavía no se inscribe a SAYCE, pero tiene asegurado sus composiciones en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), considerando que es un respaldo para evitar el plagio. Tiene a futuro expectativas de afiliarse a SAYCE porque considera que la entidad actualmente está realizando una buena gestión en cuanto al respaldo de los compositores y su fin es grabar un CD con 12 canciones para poder afiliarse a sociedad

de autores y compositores; aclarando que todavía no está afiliado por cuestiones estratégicas vinculadas a su promoción en los medios de comunicación.

Considera que las leyes deben aplicarse con buenos mecanismos para asegurar al artista sus derechos, ya que mira al artista como un ser desamparado en el tema de leyes. Por otra parte mira a la piratería como un factor que perjudica al artista, ya que considera que la piratería afecta en la subsistencia dentro de las disqueras.

En base a la existencia de varios artistas considera que para que exista una buena gestión musical debe existir la competitividad para producir obras mejor elaboradas. Señala que producir una sola canción le cuesta alrededor de 3000 dólares sin contar con lo que es tema fotográfico y diseño de páginas web.

Piensa que es importante mediar a través de una licencia con los vendedores informales para que puedan distribuir y comercializar la música y así fomentar ganancia para quienes venden como para los artistas. Afirma que la venta de discos en el país es escasa, debido a que algunos artistas hacen tiraje de sus discos en los periódicos como mecanismo para ganar de su obra.

Considera que las radios han dejado de lado la difusión de los artistas nacionales, señalando que alrededor de 8 años atrás se difundía más frecuentemente la música nacional. Por lo tanto cree que la gente debe hacerse dueña de las canciones y cree que es importante que la gente debe sentir el mismo gusto que tuvo para hacerlo.

Cuadro comparativo de las percepciones de los artistas de los diferentes géneros musicales

Parámetros de comparación /Géneros	Música rocolera	Música Pop	Música rock contestatario
Percepciones acerca de la gestión de SAYCE en torno a la producción musical nacional	<p>Manifiesta ser parte de Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE),</p> <p>Mira a SAYCE como aquella entidad que vela al compositor a través de su representación.</p> <p>Se sintió respaldado y protegido por SAYCE en aspectos asociados a las malas publicaciones realizadas por los medios de comunicación.</p>	<p>Considera que a raíz del cambio de la presidencia SAYCE cuenta con un mejor manejo de los Derechos de Autor.</p> <p>Siente expectativas al afiliarse a SAYCE e inscribir su obra que contendrá 12 canciones.</p> <p>Siente que hay futuro</p> <p>No se afilia todavía</p>	<p>Afirma que la entidad no ha protegido adecuadamente la integridad de los artistas.</p> <p>Sostiene que varias presidencias fueron distorsionando el papel de SAYCE.</p> <p>Afirmó que existía extorsión hacia los artistas aún a los que no estaban afiliados</p> <p>Explica que los artistas tenían la obligación de dar un aporte</p>

			<p>económico a SAYCE y FENARPE (Federación Ecuatoriana de Artistas de Pichincha) correspondiente al 6% de la ganancia generada.</p>
<p>Experiencia de los artistas en torno a los derechos de autor</p>	<p>Considera que para evitar la violación de dichos derechos debe existir más control para evitar la venta ilegal de las obras musicales</p> <p>Ve como inapropiado que otra gente sobreviva vendiendo su música, pero de este modo señala que se debe hacer discos de buena calidad y venderse a precios cómodos para evitar la venta ilegal de música.</p>	<p>Considera que las leyes deben basarse de buenos mecanismos para asegurar al artista sus derechos, ya que mira al artista como un ser desamparado en el tema de leyes.</p> <p>Observa a la piratería como un factor que perjudica al artista, ya que considera que la piratería afecta en la subsistencia dentro de las disqueras.</p>	<p>En cuanto al uso de licencias, se siente partidario del copyleft ya que considera que es el camino legal para adquirir o hacer uso del derecho de copia</p> <p>Señala que gracias al copyleft se puede combinar conocimientos.</p>

Relación de los artistas con los medios de comunicación	Plantea que los medios deben difundir al 50% la música ecuatoriana, Cree que la difusión musical se rige acorde a las programaciones establecidas por los medios de comunicación.	Considera que las radios han dejado de lado la difusión de los artistas nacionales, señalando que alrededor de 8 años atrás se difundía más frecuente el arte musical ecuatoriano. Ve que la difusión actualmente da prioridad a la música internacional.	Plantea que son excluyentes, debido que sus leyes a veces son trampas para favorecer a unos pocos. Señala que la música tradicional es difundida por las madrugadas y que no existe el control de adecuado de difusión del arte nacional.

De las entrevistas a profundidad y del análisis que se realizan se desprenden algunos elementos puntuales.

No es evidente una política desde SAYCE para selección de géneros y artistas, las entrevistas demuestran que la gestión de esta institución depende del que preside, su gusto prescribe las preferencias de la producción musical nacional con el cobijo institucional.

Tampoco SAYCE logra que las políticas existentes para la difusión del arte nacional sean cumplidas por los medios de comunicación, para producir, circular y comercializar el arte musical el papel de SAYCE es débil en este circuito; los medios se rigen a las leyes del mercado y a las consideraciones costo- beneficio.

Pese a que se reconoce un cambio positivo de SAYCE con la nueva directiva, se siente que uno de los entrevistados espera respaldo para su trabajo, el segundo con poca

expectativa y el tercero con ninguna; estas percepciones tiene que ver con la primera afirmación; sienten el respaldo en la medida que el género que producen son del gusto musical de quien preside la institución.

Respecto de los derechos de autor, en los tres casos es evidente que no sienten que estos derechos sean cumplidos de manera mínima, por lo que se confirma la debilidad institucional también en esta esfera, razón por la que la producción musical es subalterna y para muchos de los artistas es casi imposible dedicar todo su tiempo y su energía a esta actividad, debido a que no garantizan de manera mínima un ingreso que permita sostener esta actividad como central en sus vidas. Este elemento se agudiza aún más cuando las composiciones no se inscriben en lo que dicta el mercado, es decir cuando el producto no es comercializable, aunque sea muy representativo de la cultura nacional. De esta manera el mercado está sobre las instituciones y sobre el afán de construcción de identidad nacional desde el arte.

CONCLUSIONES:

Los Derechos de Autor tienen como objetivo central, en última instancia, el proteger la propiedad privada, y en ese sentido limita el acceso de todas las personas al arte y la información, pues el artista, la productora o la empresa que tiene un copyright es la única que puede reproducir, cambiar, publicar, vender, distribuir o presentar el material de forma legal. Por lo tanto, el papel de SAYCE es garantizar el cumplimiento de la Ley de protección de Derechos de Autor, que como se ha dicho se encargan de monopolizar la producción musical.

Como en la sociedad entera, la propiedad privada es la principal institución que sostiene al capitalismo, y es en base a la propiedad que se determina la existencia de clases sociales, entre aquellos que poseen los medios de producción y los que únicamente tienen su fuerza de trabajo. Así en la gran industria de la música, los Derechos de Autor les permite a algunos enriquecerse en calidad de “dueño”; mientras que el trabajo de otros es invisibilizado por la ausencia de “propiedad legal”. Esto afecta además al conjunto de la sociedad que no puede acceder y disfrutar fácilmente de las creaciones artísticas, siendo obligados en gran medida a hacer consumos materiales y simbólicos funcionales a los medios hegemónicos.

La producción musical es sin duda un asunto de economía política, se trata de una industria que genera plusvalía y riqueza, una industria cultural que mercantiliza y vuelve productos aún las construcciones artísticas, el arte como actividad intelectual deslindada del mundo de las necesidades y por tanto invaluable, es transformado por el capitalismo en un objeto más de mercado.

Como en todo negocio, existen productos que son más rentables que otros, es así que varios géneros musicales son completamente acogidos por la institucionalidad como SAYCE, por los medios y por público; mientras otros, son excluidos, no precisamente por criterios de calidad, sino más bien de rentabilidad.

Los mecanismos de selección giran en torno a los vínculos clientelares o la clase social de los músicos, que pueden costear las patentes y derechos de autor así como la difusión de su producción musical, la posibilidad de acceder a los medios y de producir dependen también de la inversión de capital.

Los géneros más vendidos en el mercado nacional son la tecnocumbia y el pop con sus respectivas variaciones, los que mantienen una estética de consumo de masas. En el primer caso por el reconocimiento a lo nacional y a lo popular; y en el segundo, por reproducir al estereotipo y estatus de las clases dominantes, se asocia además con un consumo de la población más joven y con una estética global de la música.

Los géneros más excluidos son los autodefinidos “alternativos”: rock, punk, hip hop, y afines. Esto responde a la misma lógica mercantil de la difusión musical, que coloca de lado a producciones musicales no alineadas a la estética de ese mercado; y por otro lado, también por una especie de auto exclusión, pues la identidad de estos grupos se relaciona precisamente con mantenerse al margen de los cánones, moda y mercado masivo.

Desde esta perspectiva se puede observar que no existe una entidad que apoye a todos de una manera democrática, ya que SAYCE es una entidad jurídica privada que por lo tanto cuida intereses privados y particulares; su finalidad es económica y no artística.

No solo algunos artistas están excluidos de estos mercados, sino también ciertos consumidores, los de las clases más populares que no pueden acceder a los altos costos del mercado cultural. Así como ciertos músicos hacen sus creaciones fuera del mercado a través de licencias como el copyleft; los consumidores acceden a las distintas producciones por medio de mecanismos alternativos como el internet y la misma piratería, esta última en el Ecuador es muy común y copa el mercado.

SAYCE establece su selección, promoción y difusión de acuerdo a los intereses económicos de su organización, es decir “aquello que se vende” o “aquel que puede pagar”, por ello se oponen a la piratería o a la distribución libre (informal) de la música, porque eso atenta contra su negocio.

BIBLIOGRAFÍA:

- ALTAMIRANO Jorge “Perspectivas de transformación de la Industria Discográfica en el Ecuador.” Tesis Universidad Andina Simón Bolívar del Ecuador, Quito 2008.
- ADELL, Joan- Elies, “La música en la era digital”, editorial Milenio, San Salvador, 1998
- APARICI, Roberto, “La Imagen: Análisis y Representación de la Realidad”, editorial Gedisa, Madrid, 2009
- BERCOVITZ, Germán, “Comentarios al derecho de reproducción, en Manual de Propiedad Intelectual”, 2da edición Lima 2006.
- BAUMAN, Zygmunt, “Vidas desperdiciadas”, editorial Paidós, Barcelona 2006.
- BOURDIEU, Pierre. “El Sentido Práctico”, editorial siglo veintiuno, Buenos Aires, 2007.
- BOURDIEU, Pierre, “Sobre la televisión”, editorial Anagrama, Barcelona 1998
- BOUDIEU, Pierre “La Distinción de Criterios y bases sociales del gusto”, editorial Taurus, México DF, 1998.
- CASTELLS, Manuel. “Comunicación y poder”, editorial Alianza, México, 2009.
- CARRIÓN, Hugo. “Situación de las Radios Comunitarias en el Ecuador”, Informe para la Red Infodesarrollo, Quito, 2007.
- DE MAN, Paul, “La Ideología estética”, ediciones Cátedra, Madrid, 1998.
- ENTEL, Alicia, LENARDUZZI, Víctor, GERZOVICH Diego, “Escuela de Frankfurt - razón, Arte y Libertad”, editorial Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- FELDMANN, Erich. “Teoría de los Medios Masivos de Comunicación”, editorial Kapelusz, Buenos Aires 1977.
- GALEANO, Eduardo, “A Propósito de la Fiesta y la Relación Latinoamérica y la Cultura Occidental, editorial norma, México 1997.

- GONZALEZ- ANLEO, Juan, “Para Comprender la Sociología”, editorial Verbo Divino, Navarra, 1996.
- GRUPO EL HOY, “Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamentos conexos”, ediGAB, Quito, 2004.
- GUBERN, Román, “El Eros electrónico”, editorial Taurus, Santa Fé de Bogota, 1999.
- GUERRERO, Patricio “Notas para una aproximación al concepto de cultura”, Quito 1996
- HORKHEIMER, M., “*Teoría crítica*”, editorial Amorrortu, Buenos Aires 1990.
- HORKHEIMER, M., y ADORNO, T. W., “*Dialéctica de la Ilustración*”, editorial Trotta, Madrid 1994.
- JAMESON, Fr. “El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado”, Paidós, Barcelona, 1991.
- LIPOVETSKY GILLES, La era del vacío. Editorial Anagrama, Barcelona España 2002.
- MALETZKE, Gerhard. Sicología de la Comunicación Social, editorial Época, Quito 1976
- MATTELART, Armand, MATTELART, Michele, “Historia de las Teorías de la Comunicación”, editorial Paidos, Buenos Aires 1997.
- MATELART, Armand, “Historia de la Sociedad de la Información”, editorial Paidos, Buenos Aires, 1996.
- MARCUSE, Herbert. “Las nuevas formas de control” en El hombre unidimensional, editorial Plantea Agostini, Barcelona, 1993.
- QUEZADA, Freddy. “Escuelas de comunicación y cultura en pocas palabras” en: <http://www.elnuevodiario.com.ni/blog/articulo/117>
- ORTIZ, Fremiort, “Derechos de autor y derechos conexos”, primera edición, Montevideo, 1998.
- ORTIZ, PIERPAOLI, Fremiort, “Derecho de autor y derechos conexos”, primera edición, Montevideo, 1998

- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA, Análisis del Desarrollo Mediático en el Ecuador 2011. Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, Quito Ecuador 2011.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Diagnóstico de Comunicación, editorial Quipus, Quito 1990.
- RAMONET, Ignacio. “La post televisión”, editorial Icaria, Barcelona 2002.
- RIVIERÉ, Margarita “Un cadáver exquisito en: “Crónicas virtuales”, editorial Anagrama, Barcelona, 1998.
- SALTOS Napoleón, Vásquez Lola. “Ecuador: su realidad”, décima séptima edición Fundación José Peralta, Quito, 2009.
- SANTILLÁN, Alfredo, RAMÍREZ, Jacques. “Consumos culturales urbanos: el caso de la tecnocumbia en Quito”, revista Íconos N18 FLACSO Ecuador, Quito, 2004
- SQUICCIANO, Nicola. “El vestido habla: consideraciones psico- sociológicas sobre la indumentaria”, editorial Catedra, Madrid 1993.
- SWINGEWOOD, Alan. “La teoría de la sociedad de masas en El mito de la cultura de masas”, Ediciones Coyoacán, México D.F., 2003.
- SIN AUTOR, “[Más del 95% de filmes y discos de Ecuador son piratas](#)”. Diario El Hoy, Quito 30 de abril de 2011.
- SMIERS, JOOST. Un Mundo sin copyright: Artes y medios en la globalización. Barcelona: Editorial Gedisa. 2006.
- TOFFLER, Alvin, “La Tercera Ola”, Plaza & Janés Editores, Barcelona, 1993.
- VILLAMAYOR Claudia, LAMAS Ernesto. “Gestión de la radio comunitaria y ciudadana”, editorial AMARC, Quito 1998
- ZECCHETTO, Victorino, “La Danza de los Signos: Nociones de Semiótica General”, ediciones Abya- Yala, Quito, 2002.
- ZIEMANN George. Nielsen Soundscan Stops Making Sense. Enero de 2010. Web. <http://www.azoz.com/newsarchive/2010/01/Nielsen.html>

